



**SARA RAQUEL
FERREIRA DA SILVA
LOPES**

**Satisfação dos visitantes relativamente às
estâncias termais e território envolvente: Caso
de estudo da Curia**



**SARA RAQUEL
FERREIRA DA SILVA
LOPES**

**Satisfação dos visitantes relativamente às
estâncias termais e território envolvente: Caso de
estudo da Curia**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Maria João Aibéo Carneiro, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro e sob coorientação científica da Professora Doutora Dina Maria Barreira Ramos, Professora Auxiliar Convidada do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo

"Agir, eis a inteligência verdadeira. Serei o que quiser. Mas tenho que querer o que for. O êxito está em ter êxito, e não em ter condições de êxito. Condições de palácio tem qualquer terra larga, mas onde estará o palácio se não o fizerem ali?"

Livro do Desassossego - Fernando Pessoa

o júri

presidente

Prof.^a Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
professora auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Gonçalo Alves de Sousa Santinha
professor auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof.^a Doutora Maria João Aibéo Carneiro
professora auxiliar da Universidade de Aveiro

agradecimentos

A realização deste trabalho não teria sido possível sem a ajuda, colaboração e compreensão dos que me rodeiam.

Antes de mais, agradeço à Sociedade das Águas da Curia e a todos os que trabalham na Estância Termal da Curia, nomeadamente à Sra Olinda que se mostrou sempre disponível, à Sra Preciosa e à Sra Adelaide pela ajuda com a interação com os utilizadores da Estância Termal da Curia. Agradeço, também, à Megan que se disponibilizou, de imediato, ajuda na distribuição dos questionários.

Agradeço à Professora Doutora Maria João Aibéo Carneiro e à Professora Doutora Dina Maria Barreira Ramos pela orientação científica prestada e pela disponibilidade imediata demonstrada.

Agradeço aos meus patrões, Senhor Fontes, D. São e Luís pela flexibilidade de horário que se disponibilizaram a dar, que permitiu a realização deste estudo.

Por fim, quero agradecer à minha família, pai, mãe e irmã pela paciência e palavras de apoio e ao meu namorado, Adriano, que foi incansável na elaboração deste trabalho desde o primeiro dia.

palavras-chave

Turismo, saúde, bem-estar, termalismo, estância termal, território, satisfação

resumo

O aumento da procura do turismo de saúde e bem-estar torna evidente a necessidade de compreender a satisfação dos visitantes relativamente às estâncias termais e território envolvente. No entanto, os estudos que avaliam a satisfação dos consumidores relativamente a estâncias ou destinos termais são ainda bastante fragmentados e não examinam um conjunto abrangente de atributos neste âmbito. A presente dissertação tem como objetivo analisar a satisfação dos visitantes relativamente à Estância Termal da Curia e ao território envolvente. O estudo apresentado teve por base uma revisão bibliográfica, bem como a administração e análise de dados de questionários realizados aos utilizadores da Estância Termal da Curia e do seu território.

Este estudo permitiu obter uma perspetiva abrangente da satisfação dos visitantes relativamente à estância e território em análise. Análises de regressão mostram que a satisfação com o serviço e com os equipamentos da Estância Termal da Curia influenciam a satisfação geral relativamente a esta estância, apresentando o serviço uma maior influência neste âmbito. Ao nível do território, a satisfação com as atrações turísticas tem uma maior influência na satisfação geral com o território do que a satisfação com os equipamentos de apoio. A fidelização à Estância Termal da Curia e ao território envolvente é mais influenciada pela satisfação geral com a Estância, embora a satisfação geral com o território também influencie esta lealdade.

Conhecer os mercados alvo da estância e do território da Curia permite, às empresas que nele operam, a adaptação da sua oferta, visando satisfazer as necessidades dos seus mercados. Pode permitir também a fidelização com o destino, possibilitando o regresso e recomendação da estância e do destino. A dissertação termina com a apresentação de linhas de orientação para que os gestores de estâncias e destinos termais possam melhorar o seu desempenho e, conseqüentemente, o destas atrações e dos destinos onde estas se localizam.

keywords

Tourism, health, wellness, thermalism, thermal spa, territory, satisfaction.

abstract

The increase in demand for health and wellness tourism makes evident that there is a need to understand visitors' satisfaction regarding the thermal spas and surrounding territory. However, studies evaluating consumers' satisfaction with thermal spas or thermal destinations are still very fragmented and a comprehensive set of broader attributes in this field isn't analysed. This thesis aims to evaluate the visitors' satisfaction regarding the Thermal Spa of Curia and the surrounding territory. The research was based on a literature review, as well as on the administration and analysis of data of questionnaires filled up by users of the Thermal Spa of Curia and of its territorial scope.

This study also allowed to get a comprehensive perspective on visitors' satisfaction regarding the thermal spa and destination under analysis. Regression analyses showed that the satisfaction with the service and facilities of the Thermal Spa of Curia influence the overall satisfaction with that Spa, with the service factor presenting a higher influence in this scope. At the level of the territory, satisfaction with touristic attractions has a higher influence on the overall satisfaction with the territory than satisfaction with support facilities. Loyalty to the Thermal Spa of Curia and surrounding territory is more influenced by overall satisfaction with the Thermal Spa, than by overall satisfaction with the territory. Knowing the target markets of the spa and of the territory of Curia allows the companies that operate there, to adapt their supply, aiming to meet the needs of their markets. It can also allow the creation of loyalty with the destination, permitting returning and recommending the thermal spa and the destination. The dissertation ends with a presentation of guidelines so that managers of thermal spas or of thermal destinations can improve their performance and, consequently, the performance of these thermal spas and of the destinations where these spas are located.

Índice

Índice	I
Índice de Figuras.....	V
Índice de Tabelas	VII
Índice de Anexos	XI
Abreviaturas.....	XIII
Parte I – Introdução.....	1
Capítulo 1 Introdução.....	1
1.1 Enquadramento, âmbito e relevância do estudo	1
1.2 Objetivos e metodologia da dissertação	2
1.3 Estrutura da dissertação	4
Parte II – Enquadramento concetual da temática em estudo	7
Capítulo 2 Turismo de saúde e bem-estar: termalismo.....	7
2.1 Introdução	7
2.2 Conceito e relevância do turismo de saúde e bem-estar.....	8
2.2.1 Turismo de saúde	8
2.2.2 Termalismo	15
2.3 Evolução histórica do termalismo	16
2.3.1 Contexto internacional	16
2.3.2 Em Portugal	20
2.4 Oferta do termalismo	22
2.4.1 Contexto internacional	22
2.4.2 Em Portugal	23
2.5 Procura do termalismo.....	26

2.5.1	Características da procura	26
2.5.2	Procura em Portugal.....	29
2.5.3	Segmentação	32
2.6	Conclusão	34
Capítulo 3 Avaliação da satisfação dos consumidores em destinos termais.....		37
3.1	Introdução	37
3.2	Conceito de satisfação dos consumidores	38
3.3	A satisfação percebida em relação a destinos termais	41
3.3.1	Satisfação em relação às estâncias termais	41
3.3.2	Satisfação em relação ao território envolvente das estâncias termais.....	49
3.4	Conclusão	54
Parte III - Estudo Empírico		57
Capítulo 4 Metodologia.....		57
4.1	Introdução	57
4.2	Metodologia de recolha de dados	57
4.2.1	Instrumento de recolha de dados.....	57
4.2.2	Método de amostragem e método de administração do instrumento de recolha de dados	65
4.2.3	Metodologia de análise de dados	65
4.3	Conclusão	66
Capítulo 5 Caracterização do município de Anadia e das termas da Curia: Caracterização geral, da oferta e procura turísticas.....		69
5.1	Introdução	69
5.2	Caracterização geral do concelho de Anadia.....	69
5.2.1	Localização, população, área e atividades económicas	69
5.2.2	Acessibilidades e infraestruturas.....	74
5.2.3	Serviços de saúde, segurança e proteção civil	78
5.2.4	Oferta turística	78

5.2.5	Procura turística	80
5.3	Caracterização das termas da Curia.....	82
5.3.1	Localização geográfica e descrição	82
5.3.2	Oferta de serviços	85
5.3.3	Procura turística	87
5.4	Conclusão	88
Capítulo 6	Apresentação e análise dos resultados.....	91
6.1	Introdução	91
6.2	Caracterização sociodemográfica da amostra.....	92
6.3	Experiência anterior em estâncias termais e na Curia (ETC e território)	94
6.4	Satisfação e fidelização relativamente à ETC e ao território da Curia	100
6.5	Segmentação do mercado da ETC em termos de satisfação	105
6.6	Influência da satisfação na fidelização relativamente à ETC e território da Curia	114
6.7	Propostas de melhoria.....	116
6.8	Conclusão	120
Parte IV -	Conclusões	123
Capítulo 7	Conclusões e implicações finais	123
7.1	Conclusões e implicações	123
7.2	Recomendações	127
7.3	Limitações do estudo e sugestões de investigação futura.....	129
	Referências bibliográficas.....	131
	ANEXOS	139

Índice de Figuras

Figura 1 – Triângulo da saúde.....	8
Figura 2 – Tipos de turismo de saúde, segundo Smith e Puczkó	9
Figura 3 – Tipos de instalações de turismo de saúde	10
Figura 4 – Turismo de saúde: Demarcação de conceitos	11
Figura 5 - Roda do bem-estar	12
Figura 6 – Formas de turismo médico.....	14
Figura 7 – Localização geográfica das estâncias termais em Portugal	25
Figura 8 – Variáveis de segmentação de mercado	32
Figura 9 – Atributos do destino e satisfação dos turistas	50
Figura 10 - Enquadramento geográfico do município de Anadia no distrito de Aveiro	70
Figura 11 - Organização administrativa do município de Anadia	71
Figura 12 - Percurso e horário da ligação Águeda – Anadia (por Barrô)	75
Figura 13 - Circuito semanal – AnadiaSIM	76
Figura 14 - Veículo afeto ao AnadiaSIM	76
Figura 15 – Repuxo e parque infantil da ETC	84
Figura 16 – <i>Buvette</i> e estabelecimento termal da ETC	84
Figura 17 – Lago e parque da ETC	84
Figura 18 – Folheto disponibilizado pela ETC para consulta de programas (continua)	173

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Cronologia dos registos associados às estâncias termais antes de Cristo (AC)	18
Tabela 2 - Cronologia dos registos associados às estâncias termais após o século XIX (DC)	19
Tabela 3 – Posição dos 20 países do mundo com maiores receitas geradas ao nível das estâncias termais, em 2015.....	22
Tabela 4 - Posição dos 20 países da Europa com maiores receitas geradas ao nível das estâncias termais, em 2015.....	23
Tabela 5 – Estâncias termais em Portugal.....	24
Tabela 6 – Legenda das indicações terapêuticas da tabela 6.....	25
Tabela 7 – Receitas totais geradas com as estâncias termais em Portugal.....	26
Tabela 8 – Motivações do termalismo, segundo Erfurt-Cooper e Cooper.....	28
Tabela 9 – Frequência Termal em Portugal	29
Tabela 10 – Distribuição dos utilizadores das estâncias termais em Portugal por grupos etários	30
Tabela 11 – Nº de utilizadores das estâncias termais em Portugal, por trimestre.....	30
Tabela 12 - Artigos científicos analisados sobre as características dos visitantes e a sua perceção em relação a estâncias termais e destinos termais.....	43
Tabela 13 – Artigos científicos analisados sobre as características dos visitantes e a sua perceção em relação a estâncias termais e destinos termais (continua)	45
Tabela 14 - Artigos científicos analisados sobre a temática em estudo (continua).....	51
Tabela 15 – Primeira pergunta do questionário aplicado na ETC.....	58
Tabela 16 - Segunda pergunta do questionário aplicado na ETC	58
Tabela 17 - Terceira pergunta do questionário aplicado na ETC.....	59
Tabela 18 - Quarta pergunta do questionário aplicado na ETC	59

Tabela 19 - Quinta pergunta do questionário aplicado na ETC	60
Tabela 20 – Sexta e sétima perguntas do questionário aplicado na ETC.....	60
Tabela 21 - Oitava pergunta do questionário aplicado na ETC	61
Tabela 22 - Nona pergunta do questionário aplicado na ETC	61
Tabela 23 – Aspectos a considerar na avaliação da satisfação com a ETC	62
Tabela 24 - Aspectos a considerar na avaliação da satisfação com o território envolvente	63
Tabela 25 – Aspectos a considerar na fidelização com a ETC e território envolvente.....	64
Tabela 26 – Variáveis sociodemográficas.....	64
Tabela 27 - Indicadores de análise da procura turística em Anadia.....	82
Tabela 28 - Receitas totais geradas com a estâncias termal da Curia	87
Tabela 29 – Análise da procura turística nas Termas da Curia: frequência termal.....	87
Tabela 30 - Análise da procura turística nas Termas da Curia: distribuição por grupos etários	88
Tabela 31 - Caracterização sociodemográfica da amostra: género, país de residência e concelho de residência	93
Tabela 32 - Caracterização sociodemográfica da amostra: habilitações literárias, situação perante o trabalho e idade.....	94
Tabela 33 – Experiência anterior em estâncias termais	95
Tabela 34 – Experiência em estâncias termais e na Curia: primeira vez que está na ETC	95
Tabela 35 - Fontes de informação para obter informação sobre a ETC.....	96
Tabela 36 - Serviços que está a utilizar na ETC	97
Tabela 37 - Motivos para utilizar os serviços da ETC	98
Tabela 38 - Alojamento utilizado na Curia	98
Tabela 39 - Atividades realizadas no território da Curia	99
Tabela 40 – Análise fatorial para as variáveis de satisfação com a ETC.....	100
Tabela 41 - Análise fatorial para as variáveis de satisfação com o território.....	101
Tabela 42 - Análise descritiva: satisfação com a ETC.....	103
Tabela 43 - Análise descritiva: satisfação com o território envolvente	104

Tabela 44 - Análise descritiva: fidelização	105
Tabela 45 - Comparação dos <i>clusters</i> ao nível da satisfação com a ETC e com o território e da fidelização	106
Tabela 46 – Comparação dos <i>clusters</i> ao nível da experiência da experiência anterior nas estâncias termais e na ETC.....	107
Tabela 47 - Comparação dos <i>clusters</i> ao nível das fontes de conhecimento da ETC	108
Tabela 48 - Comparação dos <i>clusters</i> ao nível dos serviços utilizados	109
Tabela 49 - Comparação dos <i>clusters</i> ao nível dos motivos de utilização dos serviços da estância termal.....	110
Tabela 50 - Comparação dos <i>clusters</i> ao nível da duração da estada na Curia.....	110
Tabela 51 – Comparação dos <i>clusters</i> ao nível do alojamento utilizado na Curia.....	111
Tabela 52 - Comparação dos <i>clusters</i> ao nível das atividades realizadas no território da Curia	112
Tabela 53 - Comparação dos <i>clusters</i> ao nível das variáveis sociodemográficas.....	113
Tabela 54 - Influência dos fatores de satisfação com a ETC na satisfação geral na ETC	114
Tabela 55 - Influência dos fatores de satisfação com o território na variável dependente satisfação geral com o território da Curia	115
Tabela 56 - Influência da satisfação geral com a ETC e território na fidelização	116
Tabela 57 – Itens, problemas identificados e propostas de melhoria para a ETC.....	118
Tabela 58 - Itens, problemas identificados e propostas de melhoria para o território da Curia	119
Tabela 59 - População residente, por sexo e grupo etário, em Anadia (2013-2016)	146
Tabela 60 - População empregada, remuneração base e volume médio de negócios nos setores de atividade económica (Portugal e Região Centro) nos anos de 2013-2016.....	146
Tabela 61 - Estabelecimentos em Portugal, na Região Centro, Região de Aveiro e Anadia em 2011 e 2016	147
Tabela 62 - Empresas em Portugal, na Região Centro, Região de Aveiro e Anadia em 2011 e 2016.....	148
Tabela 63 - Equipamentos e serviços de saúde	149

Tabela 64 - Equipamentos e serviços de segurança e proteção civil	149
Tabela 65 - Património natural existente no município de Anadia	150
Tabela 66 - Património cultural existente no município de Anadia (continua)	151
Tabela 67 - Animação no município de Anadia.....	154
Tabela 68 - Feiras, mercados e outros eventos existentes no município de Anadia (continua)	155
Tabela 69 - Unidades de Enoturismo existentes no município de Anadia.....	157
Tabela 70 - Equipamentos culturais existentes no município de Anadia.....	158
Tabela 71 - Equipamentos desportivos e recreativos existentes no município de Anadia.....	159
Tabela 72 - Gastronomia existente no município de Anadia: pratos e doces	160
Tabela 73 - Unidades de alojamento existente no município de Anadia	161
Tabela 74 - Estabelecimentos de restauração e bebidas existentes no município de Anadia (continua)	162
Tabela 75 - Empresas de animação turística existentes no município de Anadia.....	171
Tabela 76 – Agências de viagem existentes no município de Anadia	172
Tabela 77 - Empresas de rent-a-car existentes no município de Anadia	172

Índice de Anexos

Anexo 1 – Instrumento de recolha de dados	141
---	-----

Abreviaturas

AC – Antes de Cristo

ACP – Análise de Componentes Principais

AMNA – Associação Musical Nova Aliança

DC – Depois de Cristo

DGEG – Direção-Geral da Energia e Geologia

DGPC – Direção-Geral do Património Cultural

ETC – Estância Termal da Curia

GNR – Guarda Nacional Republicana

IMT – Instituto da Mobilidade e dos Transportes

INE – Instituto Nacional de Estatística

MCDT – Meios complementares de diagnóstico e terapêutica

PEM – Prescrição Eletrónica Médica

NUT - Nomenclatura de Unidade Territorial

OMS – Organização Mundial de Saúde

SNS – Serviço Nacional de Saúde

SPSS - *Statistical Package for the Social Sciences*

Parte I – Introdução

Capítulo 1 Introdução

1.1 Enquadramento, âmbito e relevância do estudo

O mundo contemporâneo influenciou o sistema turístico, gerando algumas alterações, sendo que o turismo de massas tem vindo a perder adeptos, dando origem a um aumento gradual do turismo de saúde e bem-estar (Antunes, 2003; Global Wellness Institute, 2018). Este facto, associado à junção das vertentes terapêutica e lúdica, tornaram as estâncias termais num recurso turístico com potencial (Antunes, 2003). Segundo Antunes (2003), o turismo de saúde e bem-estar é atualmente um dos setores com maior capacidade para rentabilizar os recursos locais e dinamizar um conjunto de outras atividades que lhe são conexas.

Uma das principais formas de turismo de saúde e bem-estar é o turismo termal, pois num contexto de constante mutação, é uma forma de dar resposta à necessidade de descanso físico e mental (Rivero et al., 2011). O turismo termal procura combinar as propriedades curativas das águas termais e a necessidade de tratamentos de saúde e bem-estar em ambientes recreativos (Boekstein, 2015).

A economia de bem-estar global apresenta já uma grande relevância, tendo gerado, em 2015, 3,7 triliões de dólares, sendo que 536 mil milhões correspondem ao turismo de bem-estar e 51 mil milhões às fontes termais e minerais (Global Wellness Institute, 2018). Nesse mesmo ano, realizaram-se, no mundo, 691 milhões de viagens de bem-estar. O mercado de spa acompanhou esta tendência e, em 2015, gerou 98,6 mil milhões de dólares. Também se verificou um aumento no número de instalações. passando a existir nesse ano, 121595 instalações de spa no mundo (Global Wellness Institute, 2018).

Ao nível do bem-estar, a Europa é a região que lidera a nível mundial e contava, em 2015, com 37420 instalações de spa, que geraram receitas no valor de \$27,5 mil milhões (Global Wellness Institute, 2018). Neste ano, realizaram-se, na Europa, 250 milhões de viagens em turismo de bem-estar e contabilizaram-se 5612 estabelecimentos de fontes termais e minerais que geraram receitas no valor de \$19,7 mil milhões.

Até 2020, espera-se que estes valores tenham um aumento de 6% ao nível do número de instalações e receitas, um aumento de 4,8% ao nível do número de estabelecimentos de fontes termais e minerais e que as receitas geradas relativas às viagens em turismo de bem-estar aumentem 7,5% (Global Wellness Institute, 2018).

Em Portugal, em 2015, existiam 35 estabelecimentos de fontes termais e minerais que geraram €13,259 milhões, sendo que 19 destes estabelecimentos (54%) estão localizados na região Centro de Portugal e 4 estão localizados no distrito de Aveiro (11%) (Termas de Portugal, 2018).

Apesar da existência de alguns estudos sobre a satisfação dos utilizadores de estâncias termais em Portugal, ainda não é conhecido nenhum estudo para a estância termal da Curia (ETC). Por outro lado, **os estudos existentes não procuram estudar a satisfação combinando a vertente da estância termal com a vertente do destino turístico termal**, cingindo-se apenas a uma das vertentes (Law & Yip, 2010; Medina-Muñoz & Medina-Muñoz, 2006). Por último, os estudos existentes, conhecidos, não procuram segmentar o mercado com base na satisfação. Focam-se, essencialmente, na segmentação com base em variáveis geográficas (Correa & Leiva, 2016), demográficas (Tkaczynski et al., 2009), psicográficas e comportamentais (Dimitrovski & Todorović, 2015; Kamenidou et al., 2014; Voigt & Mcom, 2008), não baseando a análise da segmentação na satisfação.

Considerando o que foi dito anteriormente, procura-se com esta investigação, colmatar algumas das lacunas da investigação realizada anteriormente, avaliando a satisfação dos utilizadores da ETC e a satisfação destes mesmos utilizadores quanto ao destino turístico termal, bem como realizar uma segmentação dos utilizadores desta estância termal com base na satisfação. Além de se pretender contribuir para o avanço da investigação no âmbito do turismo termal, o intuito é também sugerir estratégias para melhorar o bom funcionamento da estância termal da Curia e o seu território envolvente.

1.2 Objetivos e metodologia da dissertação

Este estudo tem um objetivo geral e oito objetivos específicos, sendo que estes últimos vão facilitar a pesquisa e permitir alcançar o objetivo geral desta investigação.

O **objetivo geral** desta dissertação é avaliar a satisfação dos consumidores relativamente à ETC e ao território envolvente. A este objetivo acresce o intuito de contribuir para a melhoria dos serviços prestados na estância termal e das infraestruturas do território, permitindo que as empresas adaptem o seu serviço às expectativas dos consumidores, mitigando as suas necessidades. Estas melhorias potenciam, inicialmente, o desenvolvimento das empresas que operam no território, bem como o desenvolvimento local e regional.

Importa também definir alguns **objetivos específicos**, de forma a traçar o caminho para atingir o objetivo geral acima identificado e para que a dissertação possa fornecer contributos relevantes para o setor do turismo termal. Os objetivos específicos da presente dissertação são os seguintes:

- Analisar e discutir o conceito e importância do turismo de saúde e bem-estar;
- Analisar e discutir o conceito de satisfação ao nível dos destinos termais e identificar o modo como deve ser medida a satisfação com as estâncias termais e território envolvente;
- Analisar o destino turístico termal da Curia, quanto à oferta e procura turísticas;
- Analisar a ETC, quanto à sua localização, equipamentos, serviços e procura turística;
- Identificar as características dos utilizadores da ETC, designadamente o seu perfil sociodemográfico, as suas motivações e o seu comportamento na estância termal e no território;
- Identificar os atributos da estância termal e do destino termal que mais e menos satisfazem os utilizadores;
- Analisar a influência dos atributos da estância termal e do destino na satisfação geral dos visitantes e na sua fidelização às termas e ao território;
- Indicar propostas de melhoria para a estância termal e para o destino turístico para aumentar o nível de satisfação dos visitantes.

Para alcançar os objetivos acima mencionados, realizou-se uma revisão da literatura, utilizando artigos científicos e livros. Posteriormente, elaborou-se a caracterização geral do território da Curia, tendo por base dados estatísticos publicados por entidades de referência como o Instituto Nacional de Estatística (INE) (INE, 2018), a Direção-Geral de Energia e

Geologia (DGEG) (DGEG, 2018) e o Turismo de Portugal (Turismo de Portugal, 2018). O estudo empírico para avaliar a satisfação dos utilizadores da ETC teve por base a administração de questionários que foram analisados utilizando o IBM SPSS. Este *software* permitiu fazer análises univariadas e multivariadas como a análise fatorial de componentes principais (ACP), a análise de *clusters* e análises de regressão.

1.3 Estrutura da dissertação

A presente dissertação está dividida em quatro partes e é composta por sete capítulos. A **primeira parte** corresponde ao **primeiro capítulo**, que diz respeito à introdução, no qual se faz um enquadramento da temática da dissertação, se discute a sua relevância, se estabelecem os objetivos geral e específicos da dissertação e se apresenta a estrutura da dissertação.

A **segunda parte** da dissertação é dedicada ao enquadramento conceitual da temática e abrange dois capítulos – os capítulos 2 e 3. O **segundo capítulo** aborda a temática do turismo de saúde e bem-estar, procurando definir os conceitos e relevância do turismo de saúde e bem-estar, a sua evolução histórica e a sua oferta e procura. No **terceiro capítulo** procurou-se definir o conceito de satisfação e compreender como se pode avaliar a satisfação dos consumidores em destinos termais, nomeadamente a satisfação relativamente às estâncias termais e ao território envolvente.

Quanto à **terceira parte**, relativa ao estudo empírico, esta encontra-se dividida em três capítulos – capítulos 4 a 6. O **quarto capítulo** diz respeito à metodologia do estudo empírico, tendo como objetivo explicar as metodologias de recolha e análise de dados que vão ser adotadas. No âmbito da metodologia de recolha de dados o intuito é apresentar o instrumento de recolha de dados, o método de amostragem adotado e a forma de administração do instrumento. No âmbito da metodologia de análise de dados, o objetivo é explicar o tipo de análises estatísticas utilizadas na análise dos dados. No **quinto capítulo** faz-se uma caracterização do município de Anadia e das termas da Curia, sendo que numa primeira fase faz-se uma caracterização geral do município de Anadia, englobando a sua localização, população e área, acessibilidades e infraestruturas, bem como aspetos relacionados com a saúde, segurança e proteção civil. Faz-se uma caracterização do município quanto à sua oferta e procura turísticas, de forma a compreender a sua importância turística e os atributos do destino

que potencializam a sua procura. Ainda dentro deste capítulo, procurou-se caracterizar as termas da Curia, ao nível da sua localização geográfica, oferta de serviços e procura turística, para perceber a sua singularidade. No **sexto capítulo** apresentam-se as análises efetuadas aos dados recolhidos e procura compreender-se a satisfação dos visitantes relativamente aos atributos da ETC e do território da Curia e perceber de que forma o seu grau de satisfação influencia a fidelização à estância termal e ao território.

Por fim, a **quarta parte** integra o **sétimo capítulo**, onde são elencadas as conclusões do estudo e as suas implicações. Apresentam-se também, neste capítulo, as limitações e sugestões de investigação futura.

Parte II – Enquadramento concetual da temática em estudo

Capítulo 2 Turismo de saúde e bem-estar: termalismo

2.1 Introdução

O capítulo 2 encontra-se dividido em seis secções. A primeira secção é a introdução do capítulo e a última secção é a conclusão do capítulo. O principal objetivo das restantes secções é abordar a temática do turismo de saúde e bem-estar, tendo como foco principal o termalismo, através de uma revisão da literatura.

Inicialmente, procura-se enquadrar o conceito do turismo de saúde e bem-estar e o termalismo, apresentando a perspetiva de diversos autores que procuram definir estes conceitos. Posteriormente, apresenta-se a evolução histórica do termalismo no contexto internacional, através de uma evolução cronológica (AC) - pós 1900 (DC), assim como uma descrição da evolução histórica em Portugal. Realizou-se também uma inventariação da oferta do termalismo internacional e do termalismo em Portugal através da análise do número de estabelecimentos e receitas. Em Portugal foi possível realizar uma análise mais detalhada da oferta através da análise das receitas geradas, da sua localização (concelho-distrito), do quimismo da água, das indicações terapêuticas e do seu período de abertura.

Por fim, ainda se procurou compreender a vertente da procura em Portugal através de uma análise das suas características principais e das possíveis formas de segmentar o mercado do termalismo.

2.2 Conceito e relevância do turismo de saúde e bem-estar

2.2.1 Turismo de saúde

Viajar com a finalidade de realizar tratamentos e/ou recreação é cada vez mais relevante enquanto motivo de viagem turística e este tipo de viagem tem ganho maior importância também na saúde. Czeresnia (2003, p:2) considera que a “saúde não é objeto que se possa delimitar”, isto porque o seu conceito tem vindo a evoluir com a alteração das sociedades e das tecnologias utilizadas na identificação de doenças (Huber et al., 2011).

Awofeso (2005: 83 citado por The African Health Monitor, 2010), considera que a **saúde** é "um estado dinâmico de bem-estar caracterizado por um potencial físico e mental que satisfaz as exigências da vida proporcionais à idade, cultura e responsabilidade pessoal". No âmbito da saúde, a definição mais reconhecida no meio académico é a da OMS (2013: 1), que define a saúde como "um estado de completo bem-estar físico, mental e social e não apenas a ausência de doença ou enfermidade". Esta instituição considera também a saúde “um dos direitos fundamentais de todo ser humano” (OMS, 2013: 1). Assim, a saúde geral é alcançada através da combinação de um bem-estar físico, mental e social, dando forma a um triângulo, designado de triângulo da saúde (Figura 1).

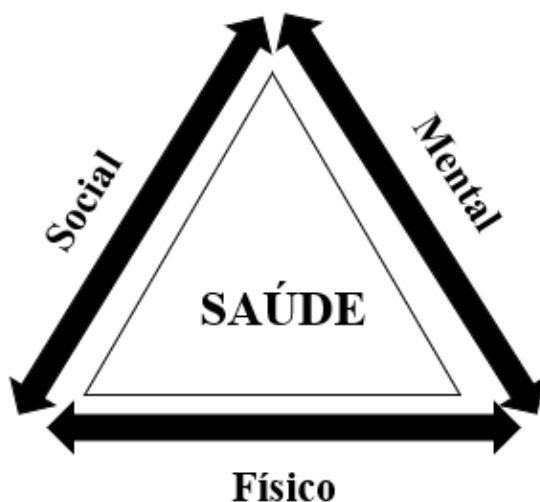


Figura 1 – Triângulo da saúde

Fonte: OMS (2013)

O conceito de **turismo de saúde** também é complexo, uma vez que neste tipo de turismo, a realização de determinadas atividades no âmbito da saúde depende, muitas vezes, da motivação, do ciclo de vida e dos interesses e necessidades do turista. Vários autores (ex. Dimitrovski & Todorović, 2015; Galina Romanova, 2009; Smith & Puczkó, 2008) consideram que não há um conceito de turismo de saúde consensual aos níveis linguístico, histórico ou cultural porque, a maior parte das vezes, não se considera a “diversidade de serviços e procura”.

Mueller e Kaufmann (2001) consideram que o turismo de saúde pode abranger o “turismo médico”, no âmbito do qual os visitantes procuram tratar e curar algum aspeto da sua saúde, bem como o turismo de bem-estar, no âmbito do qual os visitantes procuram “preservar a sua saúde e prevenir potenciais doenças”. Segundo o Plan de negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia (2013: 13), o turismo de saúde é “a razão pela qual uma pessoa viaja fora do seu local de residência com o principal objetivo de receber serviços de saúde no nível médico ou de bem-estar”. Esta definição vai no sentido da proposta por Mueller e Kaufmann (2001).

Similarmente, Smith e Puczkó (2008) procuraram distinguir os vários tipos de turismo de saúde, de acordo com as motivações do consumidor e, desta forma, consideram que o turismo de saúde é o conceito mais abrangente que contempla os conceitos de turismo de bem-estar e médico (Figura 2).



Figura 2 – Tipos de turismo de saúde, segundo Smith e Puczkó

Fonte: Smith e Puczkó (2008)

Os autores Smith e Puczkó (2008) entendem que o turismo de saúde e de bem-estar inclui tratamentos de prevenção e recreação, enquanto o turismo de saúde médico diz respeito a tratamentos que visam a cura ou reabilitação. Estes autores apresentam uma vertente intermédia, isto é, um produto que faz a combinação entre o turismo de bem-estar e o turismo médico. Nestes casos, oferecem-se aos hóspedes (não considerados doentes), médicos especializados que contribuem para a preservação e melhoria da sua saúde, através da participação em determinadas atividades ou da realização de alguns tratamentos sob orientações e conselhos do médico especialista. Na Figura 3, e de acordo com a divisão dos tipos de turismo de saúde propostos por Smith e Puczkó e apresentados na Figura 2, observa-se que o turismo de bem-estar pode ocorrer, por exemplo, em retiros ou festivais, enquanto o turismo médico tende a ocorrer em instalações associadas a hospitais e clínicas.

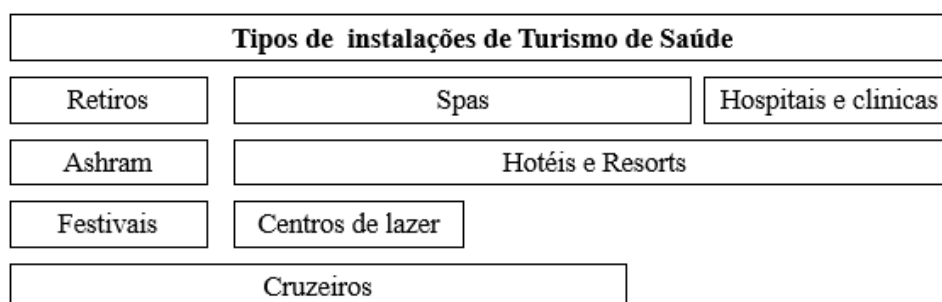


Figura 3 – Tipos de instalações de turismo de saúde

Fonte: Smith e Puczkó (2008)

Smith e Puczkó (2008) apresentam uma visão semelhante aos autores Mueller e Kaufmann (2001), considerando que o turismo de saúde tem um conceito amplo, que abrange, tanto as viagens de indivíduos que estão doentes, como as viagens de indivíduos que apresentam uma condição saudável (Figura 4).

Os indivíduos que viajam por apresentarem uma determinada doença, procuram a sua cura através de serviços médicos especializados. Por outro lado, os indivíduos que apresentam uma condição saudável viajam com o intuito de prevenir uma doença específica, através de serviços individuais de saúde ou através de serviços de bem-estar.

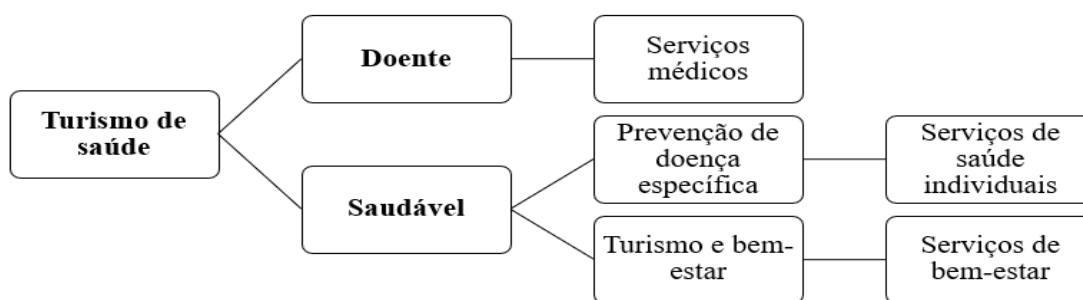


Figura 4 – Turismo de saúde: Demarcação de conceitos

Fonte: Adaptado de Mueller e Kaufmann (2001)

A Publituris (2013), numa publicação de agosto de 2013, aborda o turismo de saúde e considera que este não deve ser confundido com o turismo médico, considerando este último um “dos mais importantes subprodutos do turismo de saúde” existindo, ainda, outros subprodutos com uma importância relativa, nomeadamente o turismo estético, a talassoterapia, o termalismo, os Spas médicos, os Health & Wellness *resorts* e as residências assistidas. As perspetivas dos autores anteriormente referidos tornam proeminente a compreensão dos conceitos de turismo de bem-estar e de turismo médico.

Para melhor compreender o conceito de **turismo de bem-estar**, importa também tentar compreender o que é que se entende por bem-estar. Segundo Huh et al. (2013), o conceito de bem-estar é visto como um “conceito crítico” na compreensão de aspetos preventivos da doença, incapacidade e desagregação social. Por esta razão, tem sido o foco da realização de alguns estudos. Myers et al. (2000) sugerem que o bem-estar emergiu como alternativa ao tradicional modelo médico, baseado no tratamento de doenças associadas a distúrbios mentais e físicos.

Neste contexto, estes autores sugerem a análise da “Roda do bem-estar”, num modelo holístico com enfoque multidisciplinar que visa um bem-estar e prevenção ao longo da vida (Figura 5).

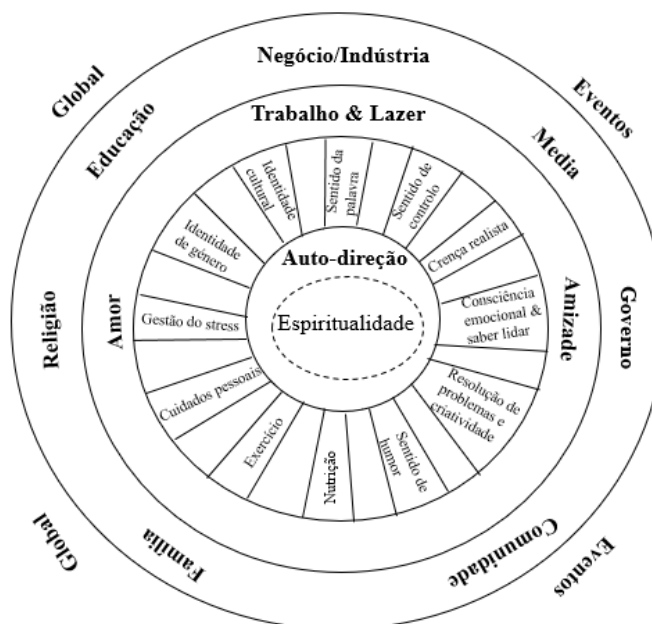


Figura 5 - Roda do bem-estar

Fonte: Myers et al. (2000)

Assim, estes autores definem o bem-estar como um modo de vida orientado para a saúde e bem-estar, através dos quais o corpo, a mente e o espírito são integrados pelo indivíduo para viver plenamente dentro da comunidade (Myers et al., 2000).

Os autores Smith e Puczkó (2008) consideram que o bem-estar deve criar harmonia na saúde mental, física e espiritual, ou biológica em geral. Estes autores consideram que a palavra bem-estar apresenta uma forte conexão com a “mudança de estilo de vida” ou a prática de “algo saudável” e uma relação menos considerável com a cura de “uma doença específica”. Desta forma, para estes autores, o bem-estar deve concentrar-se no “equilíbrio entre o corpo, a mente e o espírito” para obter uma “saúde ótima”.

Por outro lado, o American Heritage Dictionary Entry (2018) tem uma visão mais restrita, entendendo que prevalece a vertente física e definindo o bem-estar como a “condição de boa saúde física e mental, mantida com dieta adequada e exercício, evitando comportamentos de risco”.

Segundo Erfurt-Cooper e Cooper (2009), o termo bem-estar pode ter “diferentes interpretações”: Inicialmente, assumia uma abordagem “natural e holística da saúde” que incluía o uso de água e dos seus minerais das diferentes fontes e em diferentes temperaturas, visando a cura de várias doenças humanas; no decorrer dos séculos XIX, XX e XXI algumas alterações na sua génese definem que o objetivo principal é a “prevenção de doenças”, através

da “saúde informada, promoção, educação e encorajamento de uma abordagem holística à nutrição” e do alcance de um “equilíbrio mental e espiritual”; atualmente o conceito de bem-estar é entendido como a combinação entre a boa saúde / aptidão e bem-estar (*well-being + fitness*).

Para Cohen e Bodeker (2008: 8), o bem-estar envolve uma decisão muito pessoal, através da mudança do estilo de vida e um desejo de alcançar um “bem-estar equilibrado que inclua a saúde física, mental e espiritual”.

Nesta linha de raciocínio, o turismo de bem-estar, segundo Smith e Puczkó (2008) “concentra-se no relaxamento ou na cura do corpo”, através do uso principal de “tratamentos à base de água, como piscinas minerais ou térmicas, saunas e vapor”, sendo o principal objetivo a “cura, reabilitação ou repouso do corpo”.

Segundo o Plan de negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia (2013), o turismo de bem-estar envolve uma viagem, cujo principal objetivo é a realização de “atividades de manutenção” e o fortalecimento da “saúde e do bem-estar”.

Smith e Puczkó (2008) consideram que os **spas** são “indiscutivelmente a forma mais conhecida do turismo de bem-estar” (p. 85) sendo até, muitas vezes, considerados sinónimos. O impacto dos spas é de tal forma significativo que, por vezes, é difícil distinguir entre os spas e as formas mais gerais de bem-estar (Erfurt-Cooper & Cooper, 2009). No entanto, estes diferem em termos dos serviços e tratamentos oferecidos, mas comungam no facto de considerarem “a água uma componente fundamental” (Tawil, 2011). A International Spa Association (2017) define spas como locais dedicados a melhorar o bem-estar em geral, através da oferta de uma variedade de serviços profissionais, identificando os principais elementos da experiência de spa, nomeadamente, relaxar (gestão de stress), refletir (meditação), revitalizar (energia e rejuvenescimento) e regozijar-se (felicidade e entretenimento).

Para compreender o conceito de **turismo médico** importa compreender que este deriva da palavra “médico” que, segundo a Medical Tourism Magazine (2015), envolve o tratamento de uma doença, desordem ou lesão. Segundo Connell (2011), o turismo médico tornou-se em mais um componente da indústria do turismo, com ligações a infraestruturas de apoio ao turismo como hotéis, companhias aéreas e até com ligação a atividades de lazer. O turismo médico pode ser definido como uma viagem para destinos com o objetivo de se “submeter a tratamentos médicos, como cirurgias ou outras intervenções especializadas” (Smith e Puczkó, 2008 p.101).

Connell (2011: 11) considera que o turismo médico é “onde e quando os pacientes viajam para o exterior, muitas vezes em distâncias consideráveis, para aproveitar os tratamentos médicos que não estão disponíveis ou são de difícil acesso (em termos de custos e tempo de espera) em casa”. Afirma ainda, que o turismo médico é diferente de uma ida a spas ou da realização de caminhadas (visando o bem-estar e boa forma física), envolvendo procedimentos médicos invasivos.

A Medical Tourism Magazine (2015) define o turismo médico como uma deslocação de longa distância ou que atravessa a fronteira, para usufruir de serviços médicos, com um envolvimento, direto ou indireto, de lazer.

Smith e Puczkó (2008) consideram que o turismo médico pode assumir duas formas (Figura 6), podendo envolver uma cirurgia ou ser realizado com fins terapêuticos e envolver a participação em tratamentos de cura. Em ambos os casos são realizados *check-ups* médicos e diagnósticos, sendo a principal diferença o facto de exigirem ou não uma longa permanência ou visitas repetidas ao destino (Smith & Puczkó, 2008).

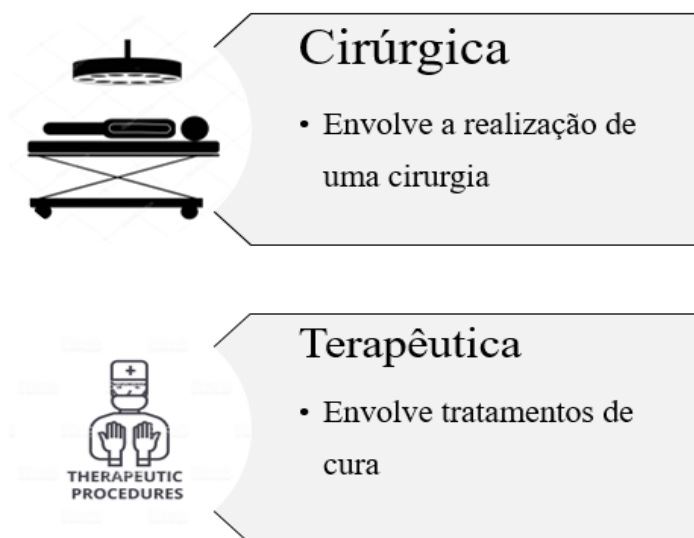


Figura 6 – Formas de turismo médico

Fonte: Adaptado de Smith e Puczkó (2008)

O turismo de saúde tem vindo a aumentar e, segundo o Global Wellness Institute (2018), o número de propriedades termais/minerais do mundo aumentou 654 face a 2013, tendo-se registado em 2015 cerca de 27 500 propriedades.

As receitas mundiais da indústria das fontes de águas termais e minerais geraram, em 2015, 51 mil milhões de dólares, sendo que o continente Europeu foi o responsável por cerca de 39% das despesas (\$19,7 mil milhões) (Global Wellness Institute, 2018).

2.2.2 Termalismo

O termalismo assume já uma grande relevância na Europa (Erfurt-Cooper and Cooper, 2009). No entanto, este conceito já não diz só respeito à vertente puramente medicinal. De acordo com Ramos (2005), o termalismo assumiu uma vertente transversal e, para fazer face às novas exigências dos mercados e ritmos de vida, o termalismo apresenta-se, agora, associado a dimensões de vida mais saudáveis, mesmo que esta situação obrigue a prescindir da vertente meramente curativa, apostando nas vertentes lúdica, preventiva e de bem-estar. No entanto, e seja qual for a vertente em que o termalismo esteja a operar, nunca irá prescindir da água e dos seus efeitos.

Assim, **o termalismo pode ser definido** como o conjunto de todos os meios medicinais, sociais, sanitários, administrativos e de acolhimento, devidamente estruturados, com vista à utilização para fins terapêuticos das águas minerais, do gás termal e de lamas (Ramos, 2005). A palavra “termalismo” implica a indicação e utilização de uma água termal com virtudes curativas reconhecidas, através dos seus efeitos químicos térmicos e mecânicos, pela classe médica.

Para o Turismo de Portugal (2018) o que torna o termalismo especial são os efeitos da água mineral natural utilizada na realização dos tratamentos. Estas águas com propriedades únicas permitem ao organismo aumentar as suas defesas naturais. Estas características próprias que compõem as águas termais variam consoante a zona rochosa que dá origem à água, sendo a água utilizada nos tratamentos apenas uma vez, sem qualquer adição de compostos e, desta forma, cada água é indicada para determinadas terapêuticas.

Erfurt-Cooper e Cooper (2009) consideram, tal como o Turismo de Portugal (2018), que o valor terapêutico das águas é atribuído a propriedades que incluem oligoelementos¹, gases e outros minerais, como o cálcio e o enxofre e, ainda, temperatura e radioatividade. Como tal, cada estância termal, consoante as características da sua água, especializa-se no tratamento de diferentes patologias. De acordo com os mesmos autores, doenças respiratórias, distúrbios metabólicos e urinários apresentam melhorias quando tratados em águas termais ricas em enxofre, cálcio e magnésio. Por outro lado, distúrbios motores apresentam melhorias com águas a altas temperaturas e, as doenças ósseas, são preferencialmente tratadas com águas com relativa radioatividade.

Assim, as principais características do termalismo, segundo o Plan de negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia (2013) são: o uso de água mineral natural ou água termal morna ou quente nos tratamentos balneários; as instalações dispõem de águas mineromedicinais declaradas; e, por último, o serviço médico e as instalações devem ser adequados para os tratamentos. Atualmente, estes espaços encontram-se modernizados e equipados para diferentes tratamentos e tecnologias de excelência, e dinamizam diversas atividades no âmbito do lazer e descanso (Turismo de Portugal, 2018).

2.3 Evolução histórica do termalismo

2.3.1 Contexto internacional

Segundo Erfurt-Cooper e Cooper (2009), a história das fontes termais e o seu uso surgiram com as primeiras civilizações, sendo que as antigos spas de saúde e bem-estar estavam frequentemente associadas à crença dos poderes de cura da água. As primeiras interações humanas com fenómenos geotérmicos não podem ser datadas, devido à falta de

¹ Pequena quantidade de elementos de origem mineral que podem ser extraídos da natureza para consumo farmacológico ou cosmetológico, indispensáveis para o bom funcionamento do organismo.

registos escritos. Desta forma, a informação conhecida nos dias de hoje é baseada na transmissão verbal entre gerações.

Na Europa, a civilização Romana foi a responsável pela introdução de instalações balneares termais (Smith & Puczkó, 2008). Contudo, nem todos os países tinham a possibilidade de usufruir dos seus recursos geotérmicos locais. Os gregos e turcos foram, na altura, dois povos que, por apresentarem recursos locais, tiveram a possibilidade de usufruir deles.

Nesta secção serão apenas considerados os registos antes de Cristo (AC) e os registos dos séculos XX e XXI, procurando sistematizar a informação.

De acordo com a Tabela 1, verifica-se que os primeiros registos conhecidos datam a partir de 3000 AC. Contudo, Smith e Puczkó (2008), referem 1700 AC como ano de referência mais antigo acerca de águas de cura. Na tabela é possível verificar que os primeiros registos termais foram, essencialmente, em países europeus ou da região Ásia-Pacífico, onde surgem povos e civilizações conscientes do valor das fontes termais. Contudo, e apesar de já apresentarem uma função curativa, esta não se apresentava consolidada, sendo ainda muitas vezes utilizada apenas com fins sociais.

Tabela 1 – Cronologia dos registos associados às estâncias termais antes de Cristo (AC)

Período temporal	Localização	Descrição
3000 - 1700 AC	Paquistão	As civilizações Indus usavam as fontes termais/minerais para vários propósitos
1680-1193 AC	Anatolia - Turquia	Os impérios Hittite usavam as fontes termais/minerais para tratamentos terapêuticos e recreação
1430 AC	Lipari - Sicília, Itália	Lagoas de água termal canalizada eram usadas para banhos térmicos terapêuticos
1050-771 AC	Grécia	Civilizações antigas gregas introduziram banhos de água fria para guerreiros
	Huaqing - China	Huaqing Hot Spring foi o spa termal favorito dos imperadores de várias dinastias
1000 AC	Meso - América	Foram criadas fontes termais/minerais que foram usadas pelos Maias para vários propósitos
1000 AC	Oeste da Europa	Tradição europeia ocidental baseada na adoração de nascentes sagradas e curativas
Século VIII AC	Itália	Pompéia foi fundada nesta época e a água termal foi usada para aquecer prédios e banhos públicos dentro da cidade
Século VII AC	Grécia	Homer menciona águas termais
Século VIII AC	Loutraki - Grécia	As águas termais de Thermae foram revitalizadas nessa época para os jogos desportivos realizados em Corinto
863 AC	Bath - Inglaterra	Bladud, pai do rei Lear, foi curado da doença por imersão nas águas mornas
750-500 AC	Grécia	Uso de banhos de vapor e lama
	Itália	Ao norte de Roma os etruscos usavam banhos termais e outros subprodutos hidrotermais
700 AC	Japão	Sabe-se que a estância termal Dogo Onsen já era usada há 3000 ou mais anos
420 AC	Grécia	Hipócrates de Kos foi o primeiro autor que sistematicamente classificou as águas e suas propriedades distintivas
Século V AC	Grécia	Hipócrates de Cós tratou pacientes de todo o Mediterrâneo usando a balneologia térmica no seu famoso Centro Asclepiano
Século V AC	Espanha	Evidências arqueológicas indicam que as nascentes termais de Archena podem ter sido usadas pelos primeiros colonos ibéricos
500 AC	Guatemala	Os Maias podem ter usado fontes termais
Século III AC	Índia	Megasthenes, um embaixador da Grécia, mencionou o valor medicinal das nascentes termais indianas
Séculos II e III AC	Grécia	Grécia e outros países mediterrânicos negociaram subprodutos geotérmicos
Século II AC	Turquia	Hierápolis foi fundada por Eumenes, rei de Pérgamo, e em 133 aC a cidade foi legada aos romanos que construíram grandes banhos ao redor das nascentes termais
Século I AC - Século XIV dC	Império Romano - mais tarde Império Bizantino	Os soldados romanos visitaram fontes termais para banhos termais em expedições militares
120 AC	Aix les Bains - França	Os romanos construíram confortavelmente banhos termais mais tarde chamados <i>Aquae Gratianae</i>
84 AC	Aedipsos - Grécia	O general romano Sulla foi submetido a tratamento térmico e posteriormente, apoiou a construção de um estabelecimento termal hidroterapêutico, o <i>Thermae de Sulla</i>
49 AC	Lisboa - Portugal	Os Spas Cassianos sob Quinto Cassio e Lucio Cassio foram construídos e representavam Júlio Cesar
Século I AC	Jordânia	As fontes do vale do Jordão foram descritas na literatura clássica por historiadores romanos e bizantinos como tendo propriedades curativas, especialmente para a lepra
	Grécia	Os hebreus introduziram a purificação ritual pela água através da imersão no Mar Morto
	Pompeii - Itália	Os banhos do fórum termal foram estabelecidos sob o ditador romano Lucius Cornelius

Fonte: Erfurt-Cooper e Cooper (2009) e Smith e Puczkó (2008)

Por sua vez, nos séculos XIX e XX DC (Tabela 2), apesar de nem todos os países se posicionarem na mesma situação, verifica-se um reconhecimento das potencialidades da água para efeitos curativos e o produto termalismo fica cada vez mais consolidado. Para além dos efeitos curativos, reconhece-se, pela primeira vez, o conceito de termalismo associado ao conceito de bem-estar. Este século é também relevante devido ao aumento significativo do número de estabelecimentos associados às fontes termais, bem como à revitalização e modernização de alguns já existentes, procurando colmatar a procura cada vez mais evidente por este produto turístico.

Tabela 2 - Cronologia dos registos associados às estâncias termais após o século XIX (DC)

Período temporal	Localização	Descrição
Inícios 1900 DC	Austrália	A reserva de águas minerais em Victoria tornou-se popular
Inícios 1900 DC	Turquia	As fontes curativas de Kangal atraíram a atenção de um pastor que se feriu o pé e ficou curado pelas águas da fonte
1911 DC	República Checa	Karlsbad alcançou o maior número de hóspedes do spa na sua história com 70 935 pessoas curadas
1914-1918 DC	Europa	Os benefícios dos spas para os feridos de guerra eram bem reconhecidos e as visitas à beira-mar eram recomendadas para os trabalhadores industriais
1925 DC	Hungria	Hajdúszoboszló - nascentes termais com poderes de cura foram descobertas durante a perfuração de petróleo
1929 DC	Bulgária	A sociedade balneológica búlgara foi formada e uniu especialistas de diferentes campos científicos
1931 DC	Japão	O Japão iniciou mais programas de pesquisa científica em fontes termais
1940 DC	América	A maioria dos resorts de água termal americanas entrou em declínio
1940 DC	Tbilisi - Georgia	Estabelecimento do Balneological Health Resort de Tbilisi
1945 DC	Taiwan	Cultura das estâncias termais entrou em declínio
	Europa	Resorts de spa na Europa Ocidental estagnaram
1970 DC	França	Aix les Bains foi restaurado e ampliado
1975 DC	Tunísia - África	Foi estabelecido o escritório tunisiano para o termalismo
1976 DC	Islândia	Uma estação de energia geotérmica foi construída em Svaratsengi e logo depois de um empregado notar as propriedades curativas das águas residuais (limpas), criando uma grande lagoa aquecida
1978 DC	Bath - Inglaterra	Os antigos banhos térmicos fecharam e os banhos foram proibidos devido a preocupações de saúde pública quanto à pureza da água de nascente.
1979 DC	Hungria	Budapeste - Hospital com instalações termais foi estabelecido no banho termal de Lucac
1982 DC	Huaqing - China	Ruínas das piscinas termais imperiais em Huaqing são descobertas e restauradas
1987 DC	Lagoa azul - Islândia	Os primeiros balneários públicos abriram
1989 DC	República Checa	Karlovy Vary ou Karlsbad - nova era de desenvolvimento de balneologia no Thermal Spring
1994 DC	Portugal	Quarenta spas de saúde estão em funcionamento, utilizando águas minerais e térmicas naturais. Dezassete deles têm permissão por regulamentação governamental para tratar doenças dermatológicas
1994 DC	Hainan - China	O National Mineral Storage Resource Committee certificou e aprovou as nascentes termais como adequadas para o turismo e tratamento médico
1995 DC	Japão	Hospitais integram medicina spa através de fontes termais
1997 DC	Argentina	Após a perfuração bem-sucedida de água termal, o primeiro spa termal no nordeste da Argentina foi inaugurado em 1997
1999 DC	Taiwan	A cultura das termas fez um retrocesso devido à promoção em larga escala
2004 DC	Mývatn, Islândia	No nordeste da Islândia abriram os Banhos Naturais Mývatn
2005 DC	Victoria - Austrália	Abertura, na Península Mornington, no sul de Melbourne, de um novo empreendimento com fontes termais naturais
2005 DC	Lagoa azul - Islândia	Abertura de uma nova clínica para portadores de psoríase
2006 DC	Bath - Inglaterra	Abertura do novo <i>Thermae Bath Spa</i>

Fonte: Erfurt-Cooper e Cooper (2009), Smith e Puczkó (2008)

2.3.2 Em Portugal

Segundo os autores Erfurt-Cooper e Cooper (2009), as férias de spa e bem-estar já existem há centenas de anos. Refere-se que o Faraó e Cleópatra estabeleceram os primeiros balneários do mundo nas margens do Mar Morto (25 AC), e que os romanos já tinham deixado construídas, por volta de 54 AC e 450 DC, algumas instalações balneares, no período em que ocuparam grande parte da atual europa, Médio Oriente e norte de África. Pode-se assumir, assim, que o termalismo português teve o seu início na época romana, e que estes foram os principais responsáveis pela sua difusão e desenvolvimento (Ramos, 2005).

Em 49 AC foram construídos, em Lisboa, os Cassianos Spas sob Quinto Cassio e Lucio Cassio, em representação de Júlio César. Já em 81 DC, em Vizela, os banhos romanos foram construídos no reinado de Tito Flávio (Erfurt-Cooper & Cooper, 2009).

Em 1485 DC, tinha início a construção do Hospital das Caldas da Rainha, fundado pela Rainha D. Leonor que, na altura, tinha descoberto as propriedades curativas das fontes termais naturais daquela zona. Por este motivo, o nome atribuído aquela região foi “Caldas da Rainha” (Ramos, 2005). Sabe-se que a Rainha D. Leonor, em 1484 DC, observou alguns camponeses que se banhavam em lagos fumegantes à beira da estrada e, apercebendo-se dos benefícios no tratamento do reumatismo, foi a própria Rainha banhar-se. Um ano depois fundou o hospital das Caldas da Rainha com fundos privados e administração própria. Mais tarde, foram adicionados um parque e uma igreja.

Chaves, na região norte de Portugal, é rica em nascentes termais, que devido à sua composição mineral, possuem propriedades curativas. Sabe-se, também, que estas nascentes, designadas de “Caldas de Chaves”, foram usadas pelos romanos para descanso e recreação, tendo-lhes sido atribuído o nome, na altura, de “Aquae Flaviae” (Erfurt-Cooper & Cooper, 2009).

O século XIX caracterizou-se por um desenvolvimento das termas em Portugal sendo que, em 1892, surgiu o primeiro diploma que regulamenta a exploração das águas mineromedicinais e o exercício da medicina termal (Ramos, 2005). Segundo Ferreira (1995), em 1892, o regulamento oficial sobre as águas portuguesas surgiu através da publicação do Decreto nº16, de 30 de setembro de 1892, com o nome “Lei das Águas”, que esteve em vigor até 2004. Ainda no decorrer deste século, a estância termal das Furnas, nos Açores, ganhava amplitude, tendo-se tornado num destino turístico popular. Sabe-se, no entanto, que os

habitantes locais deram, eventualmente, uso às nascentes termais mais cedo, desde a instituição das ilhas (séculos XV e XVI) (Erfurt-Cooper e Cooper, 2009).

Verificou-se, em Portugal, na passagem do século XIX para o século XX, um crescimento e melhoria dos tratamentos. No entanto, na década de 30 do século XX, verificou-se um declínio do turismo termal, face ao desenvolvimento da farmacologia e medicina (Ramos, 2005). Já na década de 40 as instalações e equipamentos foram modernizados. Durante as décadas de 50 e 60, com o aparecimento de outras formas de turismo, Portugal passou por uma crise do termalismo, essencialmente devido à melhoria das condições de vida das pessoas, o que originou uma redução do número de estâncias termais em Portugal (Ramos, 2005).

Na década de 80 verificou-se um aumento da importância das estâncias termais, sendo estas encaradas como uma forma de desenvolvimento regional. Em 1986 foi criada a Comissão Nacional do Termalismo (Ramos, 2005).

Em 1994 estavam em funcionamento 40 spas com águas termais naturais e minerais, sendo que 17 destes tinham permissão, sob regulamentação governamental, para tratar doenças dermatológicas (Ramos, 2005).

A última década do século XX e o início do século XXI são marcados por alterações nas instalações das termas. Estas alterações tornaram as estâncias termais em atrações turísticas (Erfurt-Cooper & Cooper, 2009).

O início do século XXI ficou marcado pela nova vertente atribuída ao termalismo: a do bem-estar. Esta nova vertente desenvolveu-se, associada ao aumento da prática de atividade física e ao aparecimento de programas associados ao relaxamento (Ramos, 2005). Nos últimos anos, esta tendência apresenta-se cada vez mais evidente, registando-se uma procura acentuada das termas, como meio terapêutico (saúde) ou como uma forma de relaxamento (bem-estar) (Erfurt-Cooper & Cooper, 2009).

2.4 Oferta do termalismo

2.4.1 Contexto internacional

O ranking dos 20 **países** com as receitas mais elevadas relativamente às estâncias termais em 2015 (Tabela 3) incluía, essencialmente, países da região Ásia-Pacífico e da Europa. Relativamente aos países que estão no topo do ranking – Japão e China -, observa-se que apesar do Japão possuir uma maior quantidade de estabelecimentos termais (17328) do que a China (2200), este último país apresenta um valor superior ao nível das receitas, com \$15.721,6 mil milhões de dólares, enquanto o valor das receitas do Japão é \$12.493,4 mil milhões de dólares. Portugal está situado no 18º lugar do ranking com 84 estabelecimentos que geraram \$308,2 mil milhões de dólares americanos em 2015. A seguir a, Portugal está a Islândia que, apesar de possuir mais estabelecimentos que Portugal (139), gera, ao nível das receitas, \$301,1 mil milhões de dólares americanos. No último lugar está situada a Coreia do Sul, com 96 estabelecimentos, que geraram neste ano cerca de \$293,2 mil milhões de dólares americanos.

Tabela 3 – Posição dos 20 países do mundo com maiores receitas geradas ao nível das estâncias termais, em 2015

Os 20 países com as Receitas mais elevadas ao nível das estâncias termais em 2015 (Nº estabelecimentos e Receitas)			
Rank (Receitas)	Países	Número de estabelecimentos	Receitas (US\$ mil milhões)
1	China	2 200	\$15.721,6
2	Japão	17 328	\$12.493,4
3	Alemanha	1 265	\$6.823,7
4	Rússia	823	\$3.075,9
5	Itália	760	\$1.674,5
6	Áustria	181	\$905,1
7	Turquia	267	\$691,5
8	Hungria	546	\$665,9
9	Espanha	247	\$658,8
10	Polónia	185	\$620,6
11	França	175	\$582,4
12	Brasil	147	\$526,1
13	República Checa	90	\$513,0
14	EUA	217	\$487,7
15	Suíça	71	\$479,6
16	Eslovénia	74	\$426,8
17	Eslováquia	97	\$371,0
18	Portugal	84	\$308,2
19	Islândia	139	\$301,1
20	Coreia do Sul	96	\$293,2

Fonte: Global Wellness Economy Monitor (2017)

No ranking dos 10 **países da Europa** com as receitas mais elevadas em 2015 (Tabela 4), observa-se que a Alemanha, para além de ser o país europeu que gerava, em 2015, maior valor em receitas (US\$ 6.823,7), apresenta-se também como o país com maior número de estabelecimentos termais (1265). Posteriormente, está a Rússia que apresenta 823 estabelecimentos que geraram, em 2015, \$3.075,9 milhões de dólares americanos e, de seguida, a Itália, com 760 estabelecimentos e um valor de \$1.674,5 milhões de dólares americanos. A Turquia, posicionada em quinto lugar, apesar de apresentar um maior número de estabelecimentos (267) em relação à Áustria (181), possui um valor de receitas mais baixo (US\$ 691,5). Nos últimos lugares do ranking está situada a Polónia, com 185 estabelecimentos e receitas de US\$620,6, a França em nono lugar com 175 estabelecimentos e US\$ 582,4 e, por último, a República Checa, que apresenta 90 estabelecimentos que geraram, em 2015, US\$ 513,0. Neste ranking também é possível observar a ausência de Portugal, cujas receitas não possibilitaram a sua localização neste ranking.

Tabela 4 - Posição dos 20 países da Europa com maiores receitas geradas ao nível das estâncias termais, em 2015

Os 10 mercados termais na Europa em 2015 (Nº estabelecimentos e Receitas)			
Rank (Receitas)	Regiões	Número de estabelecimentos	Receitas (US\$ milhões)
1	Alemanha	1 265	\$6.823,7
2	Rússia	823	\$3.075,9
3	Itália	760	\$1.674,5
4	Áustria	181	\$905,1
5	Turquia	267	\$691,5
6	Hungria	546	\$665,9
7	Espanha	247	\$658,8
8	Polónia	185	\$620,6
9	França	175	\$582,4
10	República Checa	90	\$513,0

Fonte: Global Wellness Economy Monitor (2017)

2.4.2 Em Portugal

Em Portugal, e tal como se pode verificar na Tabela 5, existem 35 estabelecimentos termais, sendo que três deles estão, segundo as Termas de Portugal (2018), com os tratamentos termais suspensos, ou num período de revitalização e remodelação.

Tabela 5 – Estâncias termais em Portugal

	Termas	Localização (concelho - distrito)	Quimismo da água: Mineralização total	Indicações terapêuticas	Época termal
1	Termas de Alcafache Spa Termal	Mangualde - Viseu	Fracamente mineralizada	DReu, DME e DMEnd	Março - Novembro
2	Termas de Almeida Fonte Santa	Almeida - Guarda	Fracamente mineralizada	DAR, DReu e DME	Maio - Novembro
3	Termas das Caldas de Aregos	Resende - Viseu	Fracamente mineralizada	DReu, DAR e DME	Abril - Dezembro
4	Termas de Cabeço de Vide	Fronteira - Portalegre	Hipossalina	DOA, DReu, DAR e DD	Março - Novembro
5	Termas das Caldas da Rainha	Caldas da Rainha - Leiria	Hipersalina	DReu, DAR e SeqTrau	Todo o ano
6	Termas de Caldelas	Amares - Braga	Hipossalina	DAD e DD	Março - Dezembro
7	Termas de Carvalho	Castro Daire - Viseu	Fracamente mineralizada	DReu, DME, DD, DAR e DAD	Fevereiro - Dezembro
8	Termas de Chaves	Chaves - Vila Real	Hipersalina	DME, DAD e DAR	Março - Dezembro
9	Termas de Cró	Sabugal - Guarda	Fracamente mineralizada	DD, DReu, DME e DAR	Abril - Novembro
10	Termas da Curia	Anadia - Aveiro	Hipersalina	DMEnd, DAC, DAU, DReu, DME e HiperArt	Todo o ano
11	Termas de Entre-os-Rios	Penafiel - Porto	Fracamente mineralizada	DAR, DAL, DReu, DAL e DME	Maio - Outubro
12	Termas do Estoril	Cascais - Lisboa	TRATAMENTOS TERMAIS TEMPORARIAMENTE SUSPENSOS		
13	Caldas da Felgueira	Nelas - Viseu	Fracamente mineralizada	DR e DME	Março - Novembro
14	Termas do Gerês	Terras do Bouro - Braga	Fracamente mineralizada	DAD, DMEnd e DAC	Maio - Outubro
15	Termas da Ladeira de Envidos	Mação - Santarém	Hipossalina silicatada	DD, DOA e DAD	Maio - Outubro
16	Termas da Longroiva	Mêda - Guarda	Fracamente mineralizada	DReu, DOA e Dinf	Abril - Novembro
17	Termas do Luso	Mealhada - Aveiro	Hipossalina silicatada	DAU, DAL, DAR, DAC e HiperArt	Todo o ano
18	Caldas de Manteigas	Manteigas - Guarda	Hipossalina	DAR e DAL	Março - Novembro
19	Termas de Melgaço	Melgaço - Vila Real	Mesossalinas	DAR, DME e DIAB	Todo o ano
20	Termas de Monchique	Monchique - Faro	Fracamente mineralizada	DAR, DME e DAD	Todo o ano
21	Termas de Monfortinho	Idanha-a-Nova - Castelo Branco	Hipossalina silicatada	DD e DGI	Todo o ano
22	Termas de Monte Real	Leiria - Leiria	PERÍODO DE REVITALIZAÇÃO E MODERNIZAÇÃO		
23	Termas de Nisa	Nisa - Portalegre	Fracamente mineralizada	DR, DReu, DME, DD e DMEnd	Maio - Novembro
24	Termas de Pedras Salgadas	Vila Pouca de Aguiar - Vila Real	Hipersalina	DMEnd e DAD	Todo o ano
25	Termas de S. Jorge	Santa Maria da Feira - Aveiro	Fracamente mineralizada	DME, DReu, DD e DAR	Fevereiro - Dezembro
26	Termas de Sangemil	Tondela - Viseu	Fracamente mineralizada	DME e DAR	Abril - Novembro
27	Caldas Santas de Carvalhelhos	Boticas - Vila Real	PERÍODO DE REMODELAÇÃO		
28	Termas de São Pedro do Sul	São Pedro do Sul - Viseu	Fracamente mineralizada	DAR, DME e DMEnd	Todo o ano
29	Termas de São Vicente	Penafiel - Porto	Fracamente mineralizada	DReu, DME e DAR	Todo o ano
30	Caldas da Saúde	Santo-Tirso - Porto	Fracamente mineralizada	DReu, DME e DAR	Todo o ano
31	Caldas das Taipas	Guimarães - Braga	Hipossalínicas	DAR, DReu, DME e DD	Todo o ano
32	Termas de Unhais da Serra	Covilhã - Guarda	Fracamente mineralizada	DAR, DReu, DME, DAD e DAC	Março - Novembro
33	Termas do Vale da Mó	Anadia - Aveiro	Fracamente mineralizada	DS e DGH	Junho - Outubro
34	Termas do Vidago	Chaves - Vila Real	Hipersalina	DSN, DAD, DD, DAR e DS	Todo o ano
35	Termas do Vimeiro	Leiria - Leiria	Hipersalina	DD, DAD, DAC e DAR	Junho - Setembro

Fonte: Termas de Portugal (2018)

Tabela 6 – Legenda das indicações terapêuticas da tabela 5

Legenda	
DAR	Doenças do aparelho respiratório
DME	Doenças musculó-esqueléticas
DAD	Doenças do aparelho digestivo
DIAB	Diabetes
DD	Doenças dermatológicas
Dreu	Doenças reumáticas
DMEnd	Doenças metabólico-endócrinas
DAC	Doenças do aparelho circulatório
DS	Doenças de sangue
DGH	Doenças gastro-hepáticas
DGI	Doenças gastro-intestinais
DSN	Doenças do sistema nervoso
DOA	Doenças osteo-articulares
SeqTrau	Sequelas traumáticas
DAU	Doenças do aparelho urinário
HiperArt	Hipertensão arterial
DAL	Doenças do aparelho locomotor
Dinf	Doenças inflamatórias

Fonte: autor.

A maioria das estâncias termais em Portugal estão localizadas no Norte e Centro do país (Figura 7).



Figura 7 – Localização geográfica das estâncias termais em Portugal

Fonte: Termas de Portugal (2018)

Estas termas apresentam águas com características bastante específicas que as tornam especiais. Cada uma das águas apresenta um quimismo específico quanto à sua mineralização e composições químicas, tornando-as diferentes entre si, e apropriadas para o tratamento de determinadas patologias. As indicações terapêuticas destas águas vão desde as doenças dos aparelhos respiratório, digestivo, locomotor, circulatório e urinário, a doenças relacionadas com o sistema músculo-esquelético e doenças dermatológicas.

O período de abertura das estâncias termais varia, sendo que todas elas se encontram abertas no 3º trimestre do ano (julho, agosto e setembro), uma vez que é no decorrer deste trimestre que se verifica uma maior procura, como se irá verificar na secção 2.5.2. Salienda-se, ainda, o facto de algumas das estâncias termais se encontrarem abertas durante todo o ano.

As receitas totais geradas em Portugal pela oferta das estâncias termais apresentaram uma diminuição de 1377594,12€ em 2014 face ao ano anterior. No entanto, em 2015 recuperaram, tendo registado um aumento de 1626619,00€. Em 2016 volta a verificar-se uma diminuição do valor das receitas de cerca de 34 715,00€, relativamente ao ano de 2015, registando-se um valor de 13223973,00€ em 2016 (Tabela 7).

Tabela 7 – Receitas totais geradas com as estâncias termais em Portugal

Receitas totais em € geradas com as estâncias termais			
Anos	2014	2015	2016
Receitas totais €	11 632 367,88 €	13 258 888,00 €	13 223 973,00 €
Varição em relação a 2013	-1 377 594,12 €	1 626 619,00 €	-34 715,00 €

Fonte: DGEG (2018)

2.5 Procura do termalismo

2.5.1 Características da procura

Diversos estudos revelam que o mercado do termalismo é heterogéneo. Não obstante, Romanova et al. (2009) consideram que os clientes atuais do termalismo são bem informados e conscientes da qualidade e, por isso, tendem a ser **exigentes**. Magdalini e Paris (2009)

consideram que o atual mercado tende a ser mais leal e a gastar mais dinheiro e, consequentemente, estas pessoas apresentam elevadas expectativas.

Ao nível das **características demográficas**, e mais especificamente ao nível do **género**, Chen et al. (2013), tal como Lee (2010) e Lee et al. (2009), revelam que a maior parte da procura pelo termalismo é constituída por indivíduos do sexo masculino. Por outro lado, Dryglas e Salamaga (2018), Kucukusta e Denizci Guillet (2016), Magdalini e Paris (2009) e Romanova et al. (2009) consideram que existe uma predominância de indivíduos do sexo feminino.

Segundo alguns autores (ex. Chen et al., 2013; Dryglas & Salamaga, 2018), a **idade** destes indivíduos ronda os 50-65 anos. No entanto, os estudos dos autores Lee (2010), Kucukusta e Denizci Guillet (2016) e Lee et al. (2009) revelam que as idades destes indivíduos situam-se entre os 21-40 anos. Magdalini e Paris (2009) e Tkaczynski et al. (2009) revelam, nos seus estudos, uma maior abrangência de idades, nomeadamente entre os 25 aos 64 anos. Chen et al. (2013) e Lee (2010) consideram que a maioria destes indivíduos são, no que respeita ao **estado civil**, casados.

A procura pelo termalismo é constituída por indivíduos com níveis de **habilitações literárias** elevados (Chen et al., 2013; Dryglas & Salamaga, 2018; Kucukusta & Guillet, 2016; Lee, 2010; Lee et al., 2009; Magdalini & Paris, 2009) que apresentam, por sua vez, elevados **rendimentos** mensais (Chen et al., 2013; Dryglas & Salamaga, 2018; Lee, 2010; Magdalini & Paris, 2009; Tkaczynski et al., 2009).

Através dos estudos dos autores Lee (2010) e Magdalini e Paris (2009) é possível observar que grande parte dos indivíduos que procuram o termalismo ocupam cargos de gestão e, normalmente, são **trabalhadores** a tempo inteiro.

Ao nível da **viagem**, estes indivíduos são normalmente acompanhados pela família ou amigos (Chen et al., 2013; Kucukusta & Guillet, 2016; Tkaczynski et al., 2009). Relativamente à **experiência anterior**, a maior parte encontra-se familiarizada com os serviços de uma estância termal, tendo já frequentado estâncias anteriormente (Kucukusta & Guillet, 2016; Lee et al., 2009; Magdalini & Paris, 2009; Romanova et al., 2009).

Dann (1977, 1981), citado por Yoon & Uysal (2005) considera que, no âmbito do turismo, o conceito de **motivação** pode ser classificado tendo por base duas forças que indicam que as pessoas viajam porque são “*pull*” ou “*push*” por determinadas forças ou fatores. Estas

forças descrevem como os indivíduos são levados a viajar (*push*) por variáveis de motivação para tomar decisões de viagem e como são atraídos (*pull*) pelos atributos do destino.

As motivações *push*, segundo Yoon e Uysal (2005) estão relacionadas com os aspetos emocionais internos, intangíveis e intrínsecos aos viajantes, como o desejo de fuga, descanso e relaxamento, saúde e condicionamento físico, aventura, prestígio e interação social. Por outro lado, as motivações *pull* estão associadas a aspetos externos, situacionais ou cognitivos e incluem recursos tangíveis como praias, instalações recreativas e recursos históricos.

No que diz respeito às motivações, Erfurt-Cooper e Cooper (2009) consideram que as principais **motivações do termalismo** são as que estão presentes na Tabela 8.

Tabela 8 – Motivações do termalismo, segundo Erfurt-Cooper e Cooper

Motivações do termalismo	Forças	
	<i>Pull</i>	<i>Push</i>
Água morna de nascente (especialmente em climas frios)	X	
Benefícios para a saúde e bem-estar		X
Terapias de cura	X	
Melhorias na saúde (prevenção e reabilitação)		X
Tratamentos medicamente respeitados	X	
Teor mineral benéfico	X	
Mudança de paisagem/ambiente	X	
Ambientes naturais e paisagens idílicas	X	
Água termal autêntica, sem adição de produtos químicos	X	
Socialização		X
Relaxamento em ambiente tranquilo		X
Conforto moderno, luxo e segurança		X
História significativa	X	
Ambiente e atmosfera tradicionais	X	
Património com arquitetura	X	
Fenómenos geotérmicos em algumas áreas de fontes termais tornam-se uma atração turística, como lagoas a ferver ou piscinas de lama (mesmo não sendo usadas para banhos)	X	
Ambiente saudável		X
Novas tecnologias médicas e <i>know-how</i>	X	
Pessoal qualificado ou especialistas únicos	X	

Fonte: Erfurt-Cooper e Cooper (2009)

2.5.2 Procura em Portugal

Para analisar a procura por estâncias termais em Portugal, analisou-se a frequência termal nas Termas em Portugal entre 2014 e 2016 (Tabela 9) e foi possível observar que, tanto o termalismo clássico como o de bem-estar, apresentam-se, durante o período temporal em questão, em crescimento. Contudo, é de notar que o termalismo de bem-estar apresenta um maior número de inscrições, face ao termalismo clássico, tendo registado um aumento de 16723 inscrições em 2016, face ao ano anterior. Neste mesmo ano, o termalismo clássico registou um aumento menos significativo, de apenas 3006 inscrições. Assim, em 2016, inscreveram-se 129897 indivíduos em estâncias termais portuguesas, sendo que 35% inscreveu-se no termalismo clássico e os restantes 75% no termalismo de bem-estar.

Tabela 9 – Frequência Termal em Portugal

Frequência Termal nas Termas em Portugal				
Anos		2014	2015	2016
Termalismo clássico	Nº inscrições	41 486	42 314	45 320
Variação com ano anterior		-5 117	828	3 006
Termalismo bem-estar	Nº inscrições	64 253	67 854	84 577
Variação com ano anterior		20235	3601	16 723
Total	Nº inscrições	105 739	110 168	129 897
Variação com ano anterior		15 118	4 429	19 729

Fonte: DGE (2018)

Nos anos de 2015 e 2016, o número total de utilizadores das estâncias termais que recorrem ao termalismo clássico, é bastante superior a partir dos 44 anos (Tabela 10).

Notam-se diferenças entre a procura do termalismo clássico e a do de bem-estar, no que respeita à idade. Verifica-se que nos grupos etários com idades inferiores, existe uma maior procura pelo termalismo de bem-estar do que pelo termalismo clássico. Contudo, a tendência é que mesmo os indivíduos com mais idade realizem, cada vez mais, tratamentos no âmbito do turismo de bem-estar, tal como se pode verificar no ano de 2016, em que a procura pelo termalismo de bem-estar aumentou 3697 no grupo etário dos 45-64 anos, 586 no grupo etário dos 66-74 anos e 1123 no grupo etário ≥ 75 anos. Denota-se, também, alguma diminuição da procura por parte de alguns destes grupos etários, em determinados anos, pelo termalismo

clássico, revelando um interesse cada vez maior por parte de indivíduos destas idades na realização de tratamentos no âmbito do termalismo de bem-estar (Tabela 10).

Tabela 10 – Distribuição dos utilizadores das estâncias termais em Portugal por grupos etários

Distribuição por grupos etários nas Termas em Portugal										
	2015					2016				
	Termalismo clássico		Termalismo de bem-estar		Total	Termalismo clássico		Termalismo de bem-estar		Total
	Nº utilizadores	Varição em relação ao ano anterior	Nº utilizadores	Varição em relação ao ano anterior	Nº utilizadores	Nº utilizadores	Varição em relação ao ano anterior	Nº utilizadores	Varição em relação ao ano anterior	Nº utilizadores
≤15 anos	1258	-197	3423	-879	4681	1417	159	3887	464	5304
16-25 anos	626	-455	6715	531	7341	1032	406	8139	1424	9171
26-35 anos	740	-548	13865	2919	14605	1361	621	16447	2582	17808
36-44 anos	1803	-481	21304	2173	23107	2296	493	23569	2265	25865
45-65 anos	10428	-1581	14802	447	25230	11780	1352	18499	3697	30279
66-74 anos	14437	1334	5741	-31	20178	13491	-946	6327	586	19818
≥75 anos	13021	2764	1384	-681	14405	10600	-2421	2507	1123	13107
Total	42313	836	67234	4479	109547	41977	-336	79375	12141	121352

Fonte: DGEG (2018)

A procura pelo termalismo não é homogénea ao longo do ano, apresentando oscilações bastante significativas. A procura pelo termalismo clássico e pelo termalismo de bem-estar não difere significativamente, sendo ambos os tipos de termalismo mais procurados na mesma altura do ano. O 1º e 4º trimestres do ano apresentam uma procura reduzida face aos outros dois trimestres, que apresentam uma procura bastante mais significativa. Efetivamente, é a partir do mês de abril (início do 2º trimestre) que se começa a verificar uma maior procura pelo termalismo, sendo que esta regista a procura mais elevada ao longo do 3º trimestre do ano, isto é, no decorrer dos meses julho, agosto e setembro, conforme revela a Tabela 11.

Tabela 11 – Nº de utilizadores das estâncias termais em Portugal, por trimestre

Nº de utilizadores das estâncias termais em Portugal por trimestre				
	Termalismo clássico		Termalismo de bem-estar	
	Nº utilizadores		Nº utilizadores	
	2012	2013	2012	2013
1º trimestre	3175	2840	7729	6288
2º trimestre	12936	10290	11083	10688
3º trimestre	22265	21462	23926	24775
4º trimestre	9408	8670	9539	8858

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Apesar da importância do termalismo em Portugal, em 2011 os reembolsos dos tratamentos termais foram suspensos (Circular Normativa 22/2011). Contudo, o fim dos reembolsos não resultou numa poupança direta para o Estado. O que se verificou foi a deslocalização da despesa para outras terapias. Os doentes continuam a ter que se tratar, tendo, no entanto, muitos deles que optar por fármacos, ao invés de tratamentos naturais (Público, 2017).

Contudo, no decorrer do ano de 2018, no Despacho n.º 1492/2018, salienta-se que o Programa do XXI Governo Constitucional que dá prioridade ao Turismo, através da “dinamização de produtos turísticos específicos, nomeadamente o turismo de saúde” (Despacho n.º 1492/2018). Neste sentido, é criada uma Comissão Interministerial “para estudar e propor” o “regime de reembolso, mediante prescrição médica, das despesas com cuidados de saúde prestados nas termas” aos utentes do Sistema Nacional de Saúde (Despacho n.º 1492/2018). Este grupo de trabalho interministerial defende a importância e a necessidade de reconhecer o termalismo, salientando o seu impacto clínico e de devolver ao “setor a importância retirada politicamente em 2011”. Segundo o Despacho n.º 1492/2018, p. 4776, a Comissão tem como missão:

- a) Identificar as patologias e os cuidados de saúde prestados nas termas que podem ser objeto de comparticipação;
- b) Identificar as estâncias termais que em função do referido na alínea anterior podem prestar esses cuidados de saúde;
- c) Propor o mecanismo de prescrição destes cuidados de saúde, utilizando o sistema de Prescrição Eletrónica Médica (PEM);
- d) Apresentar propostas de tabela de preços compreensivos, e cenários que definam a proporção da despesa a assumir pelos utentes no regime de reembolso;
- e) Desenhar o circuito de conferência das faturas, de forma desmaterializada, através do Centro de Conferência de Faturas do SNS;
- f) Identificar os impactes orçamentais e estabelecer tetos máximos de despesa para o ano de 2018, eventualmente propondo um faseamento do processo;
- g) Propor mecanismos de avaliação dos resultados alcançados, em termos de custo-benefício, quer em termos clínicos, quer na redução da despesa com meios complementares de diagnóstico e terapêutica (MCDT), medicamentos, episódios de urgência, consultas externas e internamentos, bem como o impacto no absentismo

laboral, o qual deve ser efetuado por uma instituição do ensino superior.

2.5.3 Segmentação

O turismo de saúde é considerado um dos mais promissores nichos de mercado, mas é uma temática onde os estudos empíricos ainda são escassos (Voigt et al., 2011; Voigt & Mcom, 2008). Como se compreendeu nas secções anteriores, o mercado do termalismo não é homogêneo. Consequentemente, do ponto de vista do marketing é importante compreender quais são os segmentos existentes no turismo de saúde e, concretamente no termalismo, para que os serviços e os produtos possam corresponder às necessidades e expectativas dos clientes deste tipo de turismo.

Kotler et al. (2008) procuraram identificar as **variáveis relevantes para a segmentação de mercado** e sugerem que essas variáveis podem ser geográficas, demográficas, psicográficas e comportamentais (Figura 8).

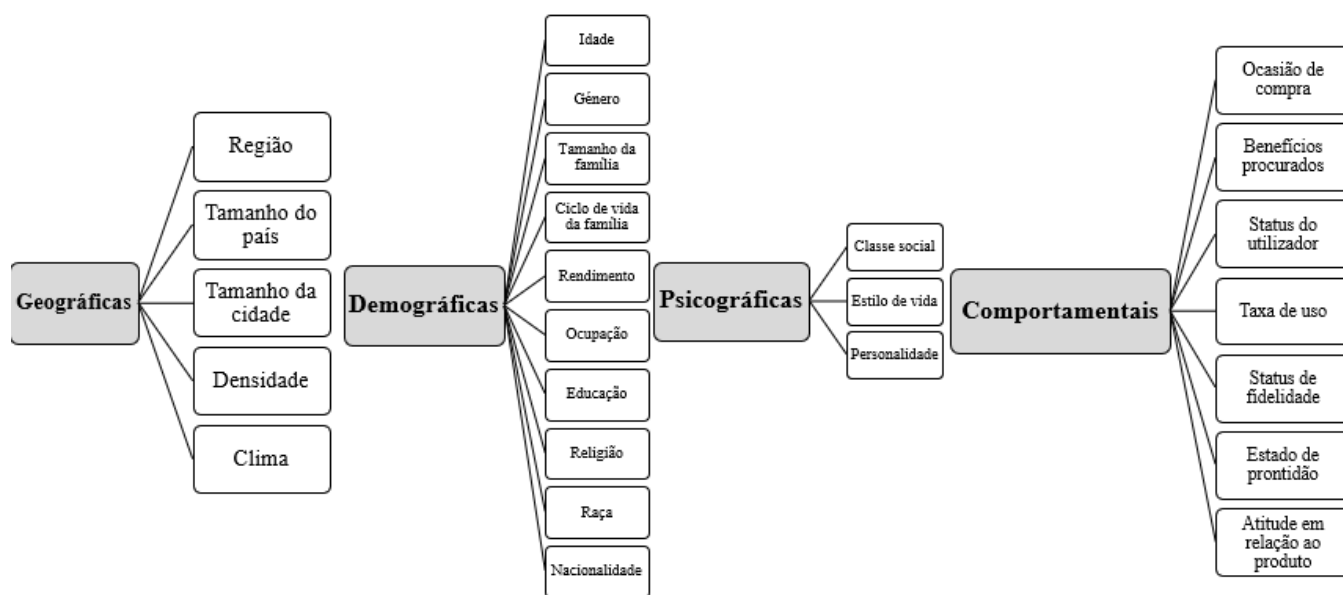


Figura 8 – Variáveis de segmentação de mercado

Fonte: Kotler et al. (2008)

Hall (1992:151, citado por Smith & Puczkó, 2008) identificou cinco **segmentos de mercado no turismo de saúde e bem-estar**, seguindo os critérios psicográficos e comportamentais:

- Atividades de sol e diversão;

- Atividades saudáveis, nas quais a saúde não é o motivo central (ex. golf);
- Principal motivo da viagem é a saúde;
- Viajar para sauna, massagem ou outras atividades de saúde;
- Viajar para ter acesso a tratamentos médicos.

Estes segmentos são semelhantes aos cinco segmentos de mercado do turismo de saúde definidos por Goeldner e Ritchie (2009) que, também seguindo uma abordagem psicográfica e comportamental, identificaram os seguintes segmentos de mercado:

- Atividades ao ar livre (sol e diversão);
- Aventura e atividades desportivas (pessoas que procuram o saudável, mas a saúde não é preocupação central);
- Viajantes no âmbito da saúde (cruzeiro ou ambiente/mudança climática);
- Viajantes para estâncias termais e para locais onde existam outras atividades de saúde;
- Viajantes para tratamento médico.

Estes mesmos autores, fazem referência à estratégia para a saúde e bem-estar da National Tourism Development Authority (2007). Esta estratégia revela que no Reino Unido e na Irlanda, o desejo e a necessidade crescente das pessoas se sentirem melhor é impulsionado pela cultura agitada, pelos problemas de saúde relacionados com o stress e o ritmo de vida acelerado. Por este motivo, os consumidores de spa procuram “mimar-se, deliciar-se” e “escapar” à rotina do dia-a-dia. Nesta linha de raciocínio, e recorrendo ao critério psicográfico, procuraram identificar “segmentos discretos” da indústria da saúde e do bem-estar, nomeadamente:

- pessoas que procuram diversão: saem e divertem-se com amigos. Não é um consumidor de spa regular/especialista;
- pessoas que se mimam ocasionalmente: pessoas que despendem de um tempo da sua rotina agitada e stress diário. Os spas são um tratamento raro;
- pessoas que procuram relaxar: procuram o descanso e tempo fora do seu ambiente habitual. Os spas são a forma de escape;

- pessoas que procuram serenidade: procuram paz, compreensão e autoaceitação. O bem-estar é um estilo de vida;
- rainhas da beleza: pessoas que procuram parecer bem e estar glamorosas;
- pessoas que procuram ajuda: procuram mudanças de vida.

O Plan de negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia (2013) procurou definir, segundo critérios demográficos (com base nas gerações), segmentos de mercado para o turismo de saúde e bem-estar, nomeadamente:

- Geração silêncio: nascidos entre 1925-1942, são uma geração leal, que procura tratamentos tradicionais com serviço personalizado;
- *Baby boomers*: nascidos entre 1943 e 1960, procuram tratamentos com valor agregado de prevenção, não relacionados com a idade, apresentando uma importante fonte de rendimento;
- Geração X: nascidos entre 1961 e 1981, têm perfeito conhecimento das tendências do bem-estar e gostam de conhecer as ofertas de serviços através da Internet. Por serem uma geração consciente dos problemas ambientais, são recetivos a ações de proteção do meio ambiente;
- Experiência única: nascidos entre 1982-2000, consideram a ida ao spa uma obrigação com a expectativa de que os resultados sejam imediatos. São uma geração muito bem informada, que procura novidade e são recetivos a campanhas de marketing que tenham por base tendências, tratamentos e serviços.

2.6 Conclusão

Pode concluir-se que o turismo de saúde é um conceito difícil de clarificar, uma vez que as definições diferem entre os diversos autores (Galina Romanova, 2009; Smith & Puczkó, 2008). No entanto, segundo Erfurt-Cooper e Cooper (2009), a maioria das definições associam a “condição de bem-estar ótimo” ao vigor, à vitalidade, à força e à aptidão física. Mueller e

Kaufmann (2001) e, posteriormente, Smith e Puczkó (2008) discutiram o turismo de saúde e consideraram que este contempla tanto as vertentes do bem-estar como as vertentes medicinais. É nesta perspetiva abrangente que esta dissertação se baseia.

O termalismo, associado ao turismo de saúde, apresenta-se agora numa vertente transversal, que inclui a dimensão do termalismo clássico, numa vertente curativa, e a dimensão do bem-estar, numa vertente preventiva. Associado atualmente a dimensões de vida saudável e bem-estar, o termalismo continua a fazer uso do seu recurso capital: a água termal e seus efeitos (Ramos, 2005).

Historicamente, a evolução do termalismo remonta a 3000 AC, apesar de se saber que a história das fontes termais e o seu uso surgiram com as primeiras civilizações. Durante este período as águas ainda não apresentavam um valor medicinal e curativo, sendo que este potencial foi-se evidenciando ao longo dos anos. No século XX, verifica-se um reconhecimento das potencialidades da água para efeitos curativos e surge, pela primeira vez, o conceito de termalismo associado ao bem-estar. Em Portugal, considera-se que o termalismo teve o seu início na época romana e, posteriormente, as propriedades da água foram descobertas, passando este a ser um recurso cada vez mais valorizado. Nos finais do século XIX surgia, em Portugal, o regulamento oficial sobre as águas portuguesas. O início do século XXI ficou marcado pelo surgimento da vertente do bem-estar associada ao termalismo.

Ao nível da oferta do termalismo, o Japão é o país com o maior número de estabelecimentos termais, apresentando, no entanto, a China, o valor mais elevado ao nível das receitas. Neste ranking, Portugal situa-se em 18.º lugar. Considerando apenas os países da Europa, é a Alemanha que apresenta o maior número de estabelecimentos e o maior valor ao nível das receitas. Portugal dispõe, atualmente, de 35 estabelecimentos termais, sendo que a sua maioria estão localizados nas regiões Norte e Centro de Portugal. Estes estabelecimentos apresentam águas com características singulares, sendo indicadas para o tratamento de diversas patologias. O valor das suas receitas tem vindo a oscilar, no entanto, em 2016, este valor ultrapassou os 13 milhões de euros.

Relativamente à procura do termalismo, nomeadamente às características da procura, as opiniões e estudos dos autores citados nesta dissertação sugerem que o mercado do turismo de saúde é heterogéneo. Não há consenso sobre a existência de alguma predominância em termos de género ou faixas etárias. Contudo, relativamente a este último aspeto, considera-se geralmente a o predomínio de indivíduos com idades entre os 50-65, embora alguns autores refiram que são os indivíduos com idades entre os 21-40 anos que mais procuram o termalismo.

A maior parte destes indivíduos são casados, apresentam elevados níveis de habilitações literárias e, por sua vez, elevados rendimentos mensais. Ao nível da viagem, são indivíduos normalmente acompanhados pela família ou amigos, encontrando-se, na maioria das vezes, familiarizados com os serviços de uma estância termal. Os principais motivos da procura pelo termalismo estão associados à saúde e bem-estar, quer na vertente cura, quer na vertente prevenção, salientando-se também a necessidade de relaxar e, também, outros motivos como a socialização e o património (sendo esta última uma motivação *pull*).

No que concerne à procura pelo termalismo em Portugal, conclui-se que o termalismo clássico e o de bem-estar estão a crescer. Não obstante, o termalismo de bem-estar apresenta um maior número de inscrições, face ao termalismo clássico. Através da análise dos grupos etários, concluiu-se que existe uma maior procura pelo termalismo de bem-estar face ao termalismo clássico por grupos de pessoas mais novas e, por outro lado, é evidente que a procura pelo termalismo clássico é feita, maioritariamente, por indivíduos com idades mais avançadas. Contudo, a tendência é que, mesmo estes indivíduos mais velhos procurem, cada vez mais, o turismo de bem-estar. Anualmente, denota-se uma tendência de maior procura, quer pelo termalismo clássico quer pelo termalismo de bem-estar, no decurso do 2.º e 3.º trimestres. Em contrapartida, o 1.º e 4.º trimestres apresentam uma procura mais reduzida.

Considerando a heterogeneidade do mercado do turismo de saúde e, concretamente, do termalismo, é muito relevante proceder à sua segmentação. Neste sentido, verificou-se que a segmentação do mercado do termalismo é baseada, essencialmente, nos critérios psicográficos (motivações), comportamentais (atividades) e demográficos (idade). No entanto, não se conhecem segmentações de mercado que tenham por base a satisfação dos consumidores e, desta forma, esta dissertação procura colmatar essa lacuna, através da segmentação do mercado do termalismo tendo por base a satisfação.

Capítulo 3 Avaliação da satisfação dos consumidores em destinos termais

3.1 Introdução

Atualmente o cliente/consumidor é considerado o ativo mais importante de qualquer organização (Rahman, 2016). A interação entre os próprios clientes pode criar valor para as empresas ou outras organizações de várias maneiras (Kumar et al., 2010). Desta forma, o atendimento ao cliente é uma temática que requer atenção, uma vez que permite suprir os desejos e necessidades dos seus clientes. Nesta perspectiva, as necessidades do cliente e a sua satisfação podem ser consideradas o centro de todos os negócios bem-sucedidos (Rahman, 2016).

Definir o conceito de satisfação é complexo, devido à grande variedade de definições, tornando-se difícil desenvolver medidas válidas de satisfação (Giese & Cote, 2002). Apesar da complexidade, o conceito de satisfação fornece a base para o conceito de marketing, também considerado um indicador importante na avaliação do comportamento de compra futuro (McQuitty et al., 2000).

Sendo o turismo um setor predominantemente de serviços, importa compreender que estes apresentam características diferentes, uma vez que não são um objeto material sujeito à experimentação (Evans-Platt, 1992; Parasuraman et al., 1985). Os serviços apresentam características, tais como a intangibilidade (não são palpáveis), a heterogeneidade (o desempenho varia de produtor para produtor, de cliente para cliente e de dia para dia) e a inseparabilidade (produção e consumo acontecem em simultâneo), que os distinguem dos produtos e fazem com que o controlo de qualidade seja uma tarefa complexa (Parasuraman et al., 1985).

Pirnar e Icoz (2008), consideram que o novo consumidor em turismo apresenta uma atitude bastante diferente em relação às compras e aos produtos turísticos, sendo mais instruído, mais independente, mais criativo e com gosto por vivenciar diferentes culturas e experiências. Por outro lado, este novo consumidor tem acesso a muitos recursos de informação, apoia a sustentabilidade e apresenta-se mais recetivo a experimentar novos tipos de turismo. Esta

diferença, perceptível em relação aos turistas tradicionais, acarreta alterações também ao nível da tomada de decisões, compras e processos.

Segundo Della Corte (2015), muitos estudos realizados neste âmbito procuram perceber do que depende a satisfação do turista, através da pesquisa de elementos que podem influenciar a satisfação desta nova geração de consumidores em turismo.

Este capítulo encontra-se dividido em duas secções (além da introdução e da conclusão), através das quais se procura clarificar o conceito de satisfação dos consumidores e, de seguida, compreender como é que pode ser avaliada a satisfação com as estâncias termais e o meio envolvente destas estâncias.

3.2 Conceito de satisfação dos consumidores

A natureza intangível e a interação humana do setor dos serviços, tornam a temática da satisfação dos consumidores um assunto proeminente. Sendo o turismo uma área intrinsecamente de serviços, a satisfação dos consumidores é uma área bastante estudada e pode ser definida como a satisfação das expectativas subjetivas dos turistas, tendo em conta os bens e serviços oferecidos e aqueles que foram efetivamente consumidos (Emir & Saraçlı, 2011). Desta forma, a satisfação depende do nível de benefícios trazidos pelo produto/serviço que os clientes esperam (Chen et al., 2015).

O **conceito de satisfação** dos consumidores é de difícil definição, devido à grande variedade de definições. No entanto, apesar das diferenças consideráveis entre as diferentes definições, é possível verificar que estas partilham de alguns elementos em comum (Giese & Cote, 2002):

- a satisfação do consumidor é uma resposta (emocional ou cognitiva);
- a resposta apresenta um foco particular (expectativas, produto, experiência de consumo, entre outras);
- a resposta ocorre num determinado momento (após o consumo e a escolha, com base na experiência).

McQuitty et al., (2000) definiram a satisfação do consumidor como o resultado de um processo de avaliação que contrasta expectativas de pré-aquisição com as percepções de

desempenho durante e após a experiência. Rahman (2016) considera que a satisfação do cliente é um termo de marketing que avalia em que medida os produtos ou serviços fornecidos por uma empresa, atendem ou superam as expectativas do cliente. Por sua vez, a insatisfação do consumidor é retratada como o oposto bipolar da satisfação (Giese & Cote, 2002). Segundo Guido (2015), a satisfação é considerada uma função de desempenho do produto em relação às expectativas ou a outro padrão de comparação.

Segundo González e Brea (2006), alguns autores (Alexandris et al., 2002; Baker & Crompton, 2000) consideravam a satisfação como um antecedente da qualidade de serviço percebida, pois é a partir das experiências de satisfação com o serviço que se pode modificar uma atitude relativamente a um determinado serviço.

Atualmente, a satisfação do cliente tornou-se um objetivo fundamental de todas as empresas/organizações de negócio (Jamkatelsh, 2018; Kumar et al., 2010) **que** consideram que os clientes fornecem valor para a empresa através de:

- Transações próprias;
- Comportamento de referir perspectivas;
- Incentivo a outros clientes/consumidores a fazer (ou não) compras iniciais ou adicionais;
- Dar *feedback* para a empresas sobre ideias de inovação/melhoria.

A satisfação do consumidor é, também, na perspectiva de McQuitty et al. (2000), um antecedente intuitivo e significativo da escolha e reaquisição da marca, isto é, influencia a fidelização à marca e influencia o *word-of-mouth* (Oh, 1999). Desta forma, apresenta várias implicações para os gestores, obrigando as empresas a melhorar continuamente os seus produtos, quer sejam eles bens ou serviços. Estas melhorias devem ocorrer regularmente, de forma a surpreender os clientes, mantendo ou aumentando a sua qualidade de serviço e, por sua vez, a sua satisfação (McQuitty et al., 2000).

Medir a satisfação dos clientes é uma tarefa complexa, pois não existe um consenso claro na literatura para uma abordagem teórica e uma medição metodológica (Emir & Saraçlı, 2011). Contudo, Parasuraman et al. (1988) introduziram a escala de 22 itens, designada de SERVQUAL, cujo objetivo é medir a qualidade do serviço e, por sua vez, a satisfação do cliente.

Este modelo apresenta cinco dimensões de qualidade de serviço, através das quais são realizadas comparações entre as expectativas de pré-compra e as percepções do pós-compra, tendo por base o desempenho da empresa. Segundo este modelo, a qualidade do serviço é definida tendo por base as diferenças aritméticas entre as expectativas e as percepções do cliente/consumidor dos 22 itens em análise. Posteriormente, estas pontuações são reduzidas para 5 fatores ou dimensões, através da aplicação da análise fatorial. As pontuações finais representam a qualidade do serviço em questão.

Oliver (1980, 2010) introduziu o modelo expectativa-desconfirmação através do qual os clientes/consumidores formulam a sua satisfação relativamente a um produto ou serviço como resultado de comparações objetivas entre as expectativas e as percepções. Tendo por base este modelo, os clientes são solicitados a fornecer as suas percepções ou avaliação das comparações, através de uma escala “pior que/melhor que o esperado”. Quando ocorre “confirmação”, acredita-se que os clientes se mantêm satisfeitos ou insatisfeitos, isto é, acredita-se que as suas percepções foram ao encontro das expectativas criadas. Geralmente a satisfação está associada a uma desconfirmação positiva em que o desempenho ultrapassa as expetativas.

Estes modelos, apesar de apresentarem diferentes métodos de medição, possuem uma tese concetual idêntica. Se o modelo expectativa-desconfirmação tenta explicar e teorizar um processo, medindo a desconfirmação diretamente (subjetivamente), o SERVQUAL pretende medir a qualidade do serviço percebido num determinado tempo de forma indireta (aritmética) (Oh, 1999).

Segundo Silvestri et al. (2017), a satisfação do cliente representa hoje uma questão-chave no setor do turismo e é fundamental para criar relação com o negócio, gerando *feedback* positivo e clientes mais leais, permitindo, por sua vez, o aumento do número de clientes e a rentabilidade do negócio (Emir & Saraçlı, 2011).

3.3 A satisfação percebida em relação a destinos termais

3.3.1 Satisfação em relação às estâncias termais

Relativamente às estâncias termais, fazendo estas parte do produto de turismo de saúde e bem-estar e, por isso, do setor dos serviços, torna-se muito importante avaliar a satisfação dos consumidores deste produto. Desta forma, este é um assunto que requer atenção por parte dos gestores destas infraestruturas, uma vez que pode gerar efeitos muito positivos para o negócio (Emir & Saraçlı, 2011).

Segundo Ryan (1995), as atitudes, expectativas e percepções do consumidor em turismo são bastante relevantes, uma vez que permitem estabelecer objetivos, influenciar o comportamento e determinar a satisfação final. Para tal, é preciso ter em consideração:

- A importância percebida da atividade ao nível do autodesenvolvimento e ego;
- Importância da atividade que está a ser avaliada pela necessidade, mas também pelos resultados esperados;
- Variáveis intervenientes, como a habilidade trazida para a atividade recreativa pelo participante – experiência e aprendizagem;
- Outras variáveis intervenientes que podem incluir a importância atribuída à presença/ausência de outros indivíduos;
- Grau em que o participante ajusta as expectativas, experiência e se envolve nas atividades.

Numa tentativa de compreender os aspetos a ter em consideração para medir a satisfação com as estâncias termais e com o território envolvente, foram analisados vários estudos empíricos, cuja análise é focada na análise da satisfação e percepções dos turistas relativamente a estâncias termais ou destinos turísticos termais (Tabela 12). As datas dos artigos sugerem que tem havido um crescente interesse pela satisfação com o turismo de saúde nas últimas décadas, predominando os estudos realizados no continente europeu, embora haja também alguns

estudos feitos na Austrália, África do Sul, Coreia e Taiwan. Na Europa, salientam-se países como Turquia, Espanha e Portugal, que apresentam um maior número de estudos empíricos.

Tabela 12 - Artigos científicos analisados sobre as características dos visitantes e a sua percepção em relação a estâncias termais e destinos termais

Artigos	Projeto - Satisfação dos Consumidores															
	Nº	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	Autor	Bertan & Alintaş	Mrc'ela, Borovac, Vrdoljak, Grazio, Luetić & Tomek-Roksandić	Antunes	Ferreira	Rivero, Rangel & Caklito	Clark-Kennedy & Cohen	Correa & Leiva	Emir & Saraçlı	Boekstein	Silvestri, Aquilani & Ruggieri	Medina-Muñoz & Medina-Muñoz	Erbaş & Perçin	Belver & Turan	Lim, Kim & Lee	Chen, Chang & Yu Liu
	Data	2013	2015	2003	1995	2011	2017	2016	2011	2015	2016	2013	2015	2015	2015	2015
	Tema/Objetivos Gerais	Analisar a percepção dos turistas que visitam o destino Pamukkale para saber se este pode ser reconhecido como um centro de turismo termal	Seleção de serviços de turismo de saúde pelos seniores	Perceber de que forma é que o turismo de saúde e bem-estar pode rentabilizar os recursos locais e dinamizar o território: fator de desenvolvimento	Determinar o tipo de turistas que se deslocam às termas da Curia, os seus comportamentos, o que procuram e a sua satisfação	Perceber se as motivações dos turistas de spa se tem alterado	Compreender as características, motivações e experiências dos utilizadores das termas na Austrália	Compreender as motivações para a realização de turismo de bem-estar e determinar quais os potenciais turistas	Determinar o nível de satisfação dos turistas com os serviços prestados num hotel termal e quais os serviços mais eficazes na satisfação dos clientes	Compreender quais as motivações para viajar para resorts de termas e preferência de atividades	Perceber como é que as dimensões da qualidade de serviço têm impacto na satisfação do consumidor	Determinar os fatores de atratividade/satisfação de um destino de turismo de bem-estar	Perceber a posição de um destino turístico termal - análise competitiva	Determinar os fatores que influenciam a satisfação dos consumidores em empresas de turismo termal	Perceber os fatores motivacionais e a satisfação entre os visitantes de primeira vez e os visitantes que repetem a visita	Compreender o que os seniores valorizam quando hospedados num hotel spa
	Destino (país/localidade) / estância termal / região de aplicação	Pamukkale - Turquia	Litoral adriático - Croácia	Região de Dão Lafões - Portugal	Curia, Aveiro - Portugal	Região da Estremadura - Portugal	Victoria - Austrália	Granada - Sul de Espanha	Afyonkarahisar - Turquia	Cabo Ocidental - África do Sul	Viterbo - Itália	Gran Canaria	Kozaklı - Turquia	Kirsehir - Turquia	Cidade de Pocheon, província de Gyeonggi - Coreia	Taiwan
	Metodologia	Inquérito por questionário aos visitantes de Pamukkale	Método Delphi e entrevistas a beneficiários em reabilitação em 11 hospitais da Croácia	Entrevistas exploratórias a responsáveis das estâncias termais e inquérito por questionário a utilizadores das mesmas	Inquérito por questionário aos aquistas e veraneantes das termas da Curia	Inquérito por questionário a utilizadores de spa na região da Estremadura	Inquérito por questionário online aos inscritos PHS (public health service) em Victoria	Inquéritos por questionário na web a alunos e graduados de uma universidade do sul de Espanha	Inquérito por questionários a clientes que ficam em hotéis termais de 5 estrelas sobre a satisfação do turismo termal e de saúde	Inquérito por questionário a clientes de 6 resorts	Inquérito por questionário a clientes do resort spa e entrevistas diretas a estes clientes, para poderem completar as informações necessárias	Inquérito por questionário a visitantes de 15 centros de bem-estar	Inquérito por questionário a peritos com o mínimo de 5 meses de experiência na área do turismo termal	Inquérito por questionário a clientes de três centros de turismo termal	Inquérito por questionário ministrados aos visitantes de um arboreto	Inquérito por questionário a clientes que estiveram hospedados no hotel spa

Fonte: Autor.

Tentou, posteriormente, identificar-se, por um lado, os aspetos que devem ser considerados na avaliação da satisfação com estâncias termais e, por outro lado, os aspetos que se devem considerar na avaliação da satisfação com o território envolvente das estâncias. Os primeiros serão discutidos na presente secção e os segundos na secção seguinte.

A avaliação da satisfação relativamente às estâncias termais pode ser muito complexa, pois, para além dos tratamentos em si, a experiência nas estâncias inclui, por exemplo, o ambiente, o *design*, e os próprios prestadores de serviços (Evans-Platt, 1992).

A Tabela 13 apresenta uma síntese dos aspetos considerados nos estudos analisados e que são suscetíveis de influenciar a satisfação com as estâncias termais.

Tabela 13 – Artigos científicos analisados sobre as características dos visitantes e a sua percepção em relação a estâncias termais e destinos termais (continua)

Nº			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Termas	Água	Limpeza da água						Limpeza da água				Limpeza					
		Temperatura da água						Temperatura da água									
		Qualidade da água				Qualidades e virtudes medicinais das águas		Composição mineral		Qualidade da água termal							
		Outros						Sons da água e da natureza		Cheiro da água termal e ventilação		Instalações, aparência e adequação					
	Infraestruturas, equipamentos e ambiente	Limpeza das instalações								Limpeza das unidades/saunas		Limpeza	Possibilidade de frequentar ginásio e de fazer outros desportos	Higiene pessoal			
														Normas de higiene dos equipamentos			
		Segurança das instalações												Segurança pessoal	Sinais de orientação adequados		
														Ambiente de banho seguro			
		Qualidade dos equipamentos/instalações									Piscina quente silenciosa	Aparência, conforto e capacidade			Estilos modernos da mobília		
					O balneário tem equipamentos modernos												
		Ambiente				Ambiente tranquilo e repousante										Lugar calmo	
		Outros		Independência Funcional													

Fonte: Autor.

Tabela 13 - Artigos científicos analisados sobre as características dos visitantes e a sua percepção em relação a estâncias termais e destinos termais (continuação)

	Nº		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Termas	Serviços/ Programas/ Tratamentos/ Atividades	Diversidade		Diversidade de programas disponíveis									Ampla oferta de tratamentos				
				Diversidade de serviços disponíveis													
		Qualidade		Qualidade do serviço													
		Atividades Recreativas		Atividades de apoio (ex. yoga)							Entretimento para crianças		Possibilidade de praticar desportos em ambiente de natureza		Atividades para crianças	Oportunidade de observar animais	
				Desportos Recreativos							Caminhadas na área		Possibilidade de frequentar ginásio e de fazer outros desportos		Entretimento (ex: bilhar, bowling) e instalações desportivas	Oportunidade de passeio	
																Participação em programas de experiências	
																Oportunidade de aprender sobre plantas	
		Especialização, técnicas e resultados		Especialização Técnica e Tecnológica	O balneário consegue oferecer os serviços que eu pretendo					Serviço clínico				Assistência médica de emergência /serviço de ambulância			
				Eficiência e bons resultados	As técnicas praticadas no balneário correspondem às minhas necessidades												
		Tratamentos											Singularidade de tratamentos			Relaxamento físico/ psicológico	
													Oferta de cuidados de corpo e beleza			Libertação de stress	
													Tratamentos térmicos				
													Tratamentos de relaxamento e bem-estar				
		Programas		Programas de Bem-estar						Serviços extra	Nadar em piscina com água morna/ quente		Programas durante vários dias				
				Programas Estruturados						Serviço de elevadores			Possibilidade de desfrutar de uma dieta saudável				
		Outros		Excursões em viagem													
				Férias medicamente programadas													

Fonte: Autor.

Tabela 13 - Artigos científicos analisados sobre as características dos visitantes e a sua percepção em relação a estâncias termais e destinos termais (continuação)

Nº		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Termas	Preço	Qualidade-Preço			A relação qualidade-preço é aceitável							Relação qualidade-preço				
		Piscina	Altas taxas de inscrição nas piscinas													
		Preço		Custo dos Serviços				Atividade economicamente acessível			Preço					
	Recursos Humanos	Habilitações literárias		Nível de habilitações literárias e eficácia dos profissionais							Pessoal com formação/ profissional	Pessoal qualificado e profissional		Funcionários com formação		
		Experiência profissional		Especialização técnica e tecnológica					Experiência dos médicos e assistentes							
		Atributos pessoais e profissionais							Trabalhadores importam-se com o bem-estar psicológico dos clientes		Cortesia	Recursos humanos que prestam conselhos		Funcionários educados e simpáticos		Membros fornecem assistência quando os clientes enfrentam problemas
									Trabalhadores bem informados		Rápida resposta/ disponibilidade			Funcionários úteis e interessados nos clientes (respondem às perguntas dos clientes em pouco tempo)		Funcionários fornecem assistência e cuidados
		Prestação e personalização do serviço		Personalização dos serviços disponíveis					Trabalhadores cuidam dos clientes com requisitos especiais		Eficiência e Assistência	Serviço médico				Boa execução do serviço
											Rápida resposta/ disponibilidade	Atenção personalizada				Os membros da equipa fornecem os serviços prometidos
																Funcionários fornecem assistência e cuidados
		Outros												Higiene da funcionários e utilização de uniforme		
	Outros			Remédios naturais e recursos								Atração e singularidade		Aplicações para pessoas com deficiência	Atração famosa	

Fonte: Autor.

A **água** é considerada um dos aspetos mais importantes para Clark-Kennedy e Cohen (2017), Emir e Saraçlı (2011), Ferreira (1995) e Silvestri et al. (2017), que referenciam aspetos como a limpeza, a temperatura e a qualidade da água na influência da satisfação dos consumidores. Belber e Turan (2015) consideram que as propriedades das águas termais são uma “parte importante do turismo termal” (p. 6) e que estas podem variar consoante as regiões e, desta forma, “são utilizados diferentes tipos de águas em diferentes tratamentos” (p. 7).

As **infraestruturas, equipamentos e ambiente** são aspetos também referenciados. Neste âmbito é particularmente mencionada a limpeza e segurança das instalações, a qualidade dos equipamentos e instalações e, também, o ambiente, no qual é valorizado o repouso, a calma e a tranquilidade (Antunes, 2003; Belber & Turan, 2015; Erbas & Percin, 2015; Ferreira, 1995; Mrčela et al., 2015; Silvestri et al., 2017). Belber e Turan (2015) consideram que as “propriedades das instalações termais” são uma parte fundamental no “produto turístico termal” (p. 6), o que apresenta implicações no desenvolvimento de novas instalações ou o seu restauro ou renovação (Clark-Kennedy & Cohen, 2017). Torna-se, por isso, fundamental, ter em consideração “a paisagem, o *design* da piscina, os ambientes naturais e construídos e a fauna e flora” (Clark-Kennedy & Cohen, 2017: p. 506). Chen (2014) concluiu, também, com o seu estudo, que as instalações são importantes na satisfação das expectativas dos consumidores, nomeadamente as características da piscina e o *design* interior.

Outro aspeto referenciado são os **serviços, programas, tratamentos e atividades**, nomeadamente ao nível da sua diversidade e qualidade, a existência de atividades recreativas, a especialização, técnicas e resultados, os tratamentos e os programas (Antunes, 2003; Belber & Turan, 2015; Medina-Muñoz & Medina-Muñoz, 2006; Mrčela et al., 2015). Huang e Xu (2014: 495) defendem que, sendo o turismo de bem estar uma “subcategoria do turismo de saúde”, envolve diferentes atividades como as realizadas em spa, nomeadamente “massagem, cuidados com a beleza/ corpo, consumo de alimentos e exercícios físicos” (Huang & Xu, 2014: 495). Chen (2014) considera que a existência de atividades adicionais é fundamental no alcance da satisfação das expectativas dos consumidores, nomeadamente atividades sociais, bem como o serviço de alimentação. Medina-Muñoz e Medina-Muñoz (2006) corroboram o estudo de Chen (2014), considerando que a oferta complementar de serviços que fomentem um estilo de vida equilibrado e saudável e outros serviços médicos e de bem-estar são importantes fatores, bem como a prática de atividades desportivas que permitam o contacto com a natureza.

O **preço** é outro aspeto a ter em conta relativamente à satisfação dos consumidores em estâncias termais. Os autores Antunes (2003), Bertan e Altıntaş (2013), Correa e Leiva (2016)

Medina-Muñoz e Medina-Muñoz (2006), Mrčela et al. (2015) e Silvestri et al. (2017) consideram que o preço apresenta uma relevância significativa relativamente à satisfação em estâncias termais. Os preços a aplicar variam consoante, por exemplo, o tipo de clientes, a sazonalidade e o serviço prestado (Belber & Turan, 2015). Chen (2014) concluiu no seu estudo que o preço é uma variável importante a ter em conta, na medida em que permite satisfazer as expectativas do consumidor.

Por último, os **recursos humanos**, nomeadamente as suas habilitações literárias, a experiência profissional, os atributos pessoais e profissionais e a prestação e personalização do serviço, são aspetos fundamentais na análise da satisfação (Belber & Turan, 2015.; Chen et al., 2015; Emir & Saraçlı, 2011; Medina-Muñoz & Medina-Muñoz, 2006; Mrčela et al., 2015; Silvestri et al., 2017). Silvestri et al. (2017) consideram que “o único fator que afeta significativamente” a satisfação do consumidor são os recursos humanos e a sua capacidade de “atender às necessidades dos seus clientes” (p. 73). Chen et al. (2015: 10581) defendem que as “características dos funcionários podem influenciar a satisfação do cliente”, nomeadamente a idade, a atitude, o respeito e a empatia com os clientes. Belber e Turan (2015) concluem que as habilitações dos recursos humanos apresentam um impacto ao nível da satisfação.

Com base na análise desta secção, é possível observar que a água, as infraestruturas, os equipamentos de apoio, o ambiente, os serviços, os programas, os tratamentos e as atividades, bem como o preço e os recursos humanos, podem influenciar a satisfação dos utilizadores das estâncias termais.

3.3.2 Satisfação em relação ao território envolvente das estâncias termais

A satisfação com o turismo termal depende, não só, da satisfação com as estâncias termais, mas também do próprio destino onde se localiza a estância e, consequentemente, do seu território envolvente. Por sua vez, a satisfação com o destino e com o território envolvente, depende, também, de uma multiplicidade de outros fatores. Shahrivar (2016) considera que a satisfação do turista pode ser afetada por diversos aspetos como as características demográficas do turista, considerando que existe uma relação entre as características demográficas (género, idade, rendimento, emprego, estado civil e educação) e o nível de satisfação com os destinos. Este autor também considera as características do comportamento de viagem, uma vez que o

número de visitas passadas, o tempo de permanência e o tipo de participação em viagens, isto é, a experiência anterior, apresenta uma influência no nível de satisfação com um destino. Shahrivar (2016) e Shergill e Sun (2008) consideram que as percepções dos clientes em relação à qualidade do serviço são diferentes consoante os seus antecedentes culturais (origem, religião e número de elementos da família). São também consideradas as fontes de informação utilizadas, uma vez que a decisão de viajar para um destino ocorre após a consulta de diferentes fontes de informação, que podem ser os *media* clássicos (ex. catálogos, televisão ou rádio) e os novos *media*, que são as informações *online* (ex. informações sobre a reserva, restaurantes). Desta forma, apresentam uma importância relevante, na medida em que podem afetar os níveis de satisfação (Shahrivar, 2016).

Ao nível dos fatores do destino que podem influenciar a satisfação dos turistas, este autor destaca os fatores naturais e culturais, as oportunidades para compras, as acessibilidades, as infraestruturas, a receção, os serviços e os custos e preços (Figura 9).

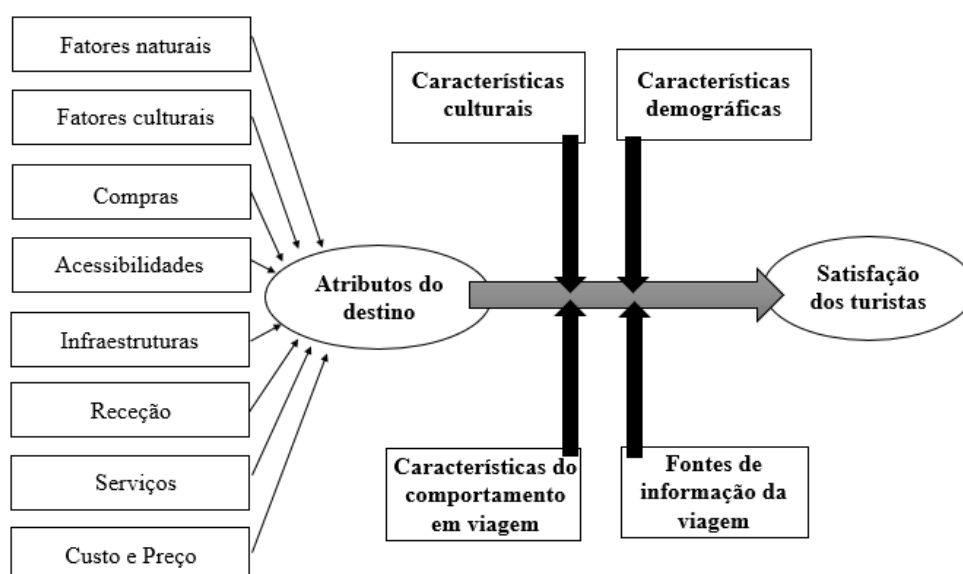


Figura 9 – Atributos do destino e satisfação dos turistas

Fonte: Shahrivar (2016)

Numa tentativa de identificar os atributos do destino que mais podem influenciar a satisfação com o território envolvente das estâncias termais, foram analisados os estudos contemplados na Tabela 12, através dos quais se procurou sistematizar os atributos do território (Tabela 14).

Tabela 14 - Artigos científicos analisados sobre a temática em estudo (continua)

Nº		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Território	Geografia, Geologia e Ecologia	Clima		Condições climáticas					Tem um bom clima		Bom clima		Condições climáticas favoráveis			
		Paisagem			Esta localidade tem uma paisagem natural de grande beleza	Paisagem natural					Paisagem		Paisagem atrativa e condições naturais	Paisagem natural abundante		Bom ambiente natural
		Outros		Padrões Ecológicos												Localização privilegiada
	Transportes	Rede e serviço	Serviço de Transporte confortável	Rede de Transportes para cidades mais próximas										Rede de transportes locais		
		Acessibilidades			Esta estância tem boas acessibilidades (rodoviárias ou outras)									Acesso às terras	Local fácil de alcançar	Fácil acesso
		Outros												Parque amplo		Curta distância
	Alojamento	Qualidade	Qualidade do serviço de alojamento	Qualidade do serviço de alojamento					Hotéis de qualidade		Bom alojamento					
		Tipo e disponibilidade			É fácil encontrar o tipo de alojamento desejado		Tipo de alojamento							Disponibilidade de alojamento		
		Características											Localização atraente			
													Atração e singularidade			
		Infraestruturas											Paz e silêncio	Alojamento confortável		Ambiente elegante, verde, limpo e confortável
																Os sinais e avisos são claros e precisos
		Serviços	Variedade de comidas e bebidas											Experiências autênticas		Oferece um serviço satisfatório
																Possui estacionamento conveniente
	Outras Infraestruturas e equipamentos de apoio ao turismo	Outros	Preço													Oferece confiança
			Sentir-se em casa													Membros da equipa do hotel bem vestidos
		Qualidade das estruturas de apoio			Esta localidade tem boas estruturas de apoio (ex. bancos, farmácias, lojas)											
		Outros									Explorar novos espaços				Oportunidade de compras nas proximidades	

Fonte: Autor.

Tabela 14 - Artigos científicos analisados sobre a temática em estudo (continuação)

Nº		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Território	Preço	Férias/Viagem	Preço de férias é maior do que o das regiões alternativas									Custos da viagem			Custos razoáveis de viagem	
		Entretenimento	Preço dos serviços de entretenimento													
			Taxas de entrada nos museus													
		Food & Beverage	Das comidas e bebidas													
		Souvenirs	Dos presentes/lembranças													
	Saúde, Higiene e Segurança	Segurança local	É um local seguro	Segurança pública	Existe segurança nesta localidade			É um lugar seguro para visitar					Destino seguro	Local seguro		
		Limpeza			Verifica-se uma grande limpeza da localidade											
		Serviço de saúde	Serviço de saúde adequado													
	Atividades e atrações turísticas	Acesso a atividades recreativas		Atividades culturais e sociais	Pode-se facilmente ter acesso a actividades culturais e recreativas			Atividades ao ar livre						Atividades recreativas durante todo o ano		
								Atividades de yoga, relaxamento e fitness								
		Lazer cultural		Centros históricos e culturais		Arquitetura local		Sítios históricos e culturais				Lazer cultural (eventos culturais)				
				Oportunidades de lazer				Lugares interessantes para visitar								
								Festivais locais interessantes								
		Gastronomia		Gastronomia regional disponível				Restaurantes de boa qualidade		Comida						
		Outros			Existem lugares adequados para a prática de várias modalidades desportivas			Atrações naturais						Comprar lembranças		

Fonte: Autor

No que respeita à **geografia, geologia e ecologia**, os autores Antunes (2003), Erbas e Percin (2015), Lim et al. (2016), Medina-Muñoz e Medina-Muñoz (2006) e Mrčela et al. (2015) consideram que o clima e a paisagem do território podem influenciar a satisfação dos visitantes. Este aspeto vai ao encontro da influência dos “fatores naturais” considerada por Shahrivar (2016) na Figura 9. Medina-Muñoz e Medina-Muñoz (2006) consideram que a “localização”, as “condições naturais do destino” e as “condições climáticas favoráveis” são fatores relevantes ao nível da atratividade de um destino (p. 531).

Os **transportes** são outro fator mencionado, nomeadamente a sua rede de serviços e as acessibilidades (Antunes, 2003; Belber & Turan, 2015; Bertan & Altıntaş, 2013; Erbas & Percin, 2015; Lim et al., 2016 e Mrčela et al., 2015), que vão ao encontro da componente das “acessibilidades”, mencionada por Shahrivar (2016). Lee e King (2010) consideram que a existência de uma rede de transportes é um fator determinante na atratividade de um destino. A existência de acessibilidades apropriadas ao destino são, também, um fator relevante ao nível da atratividade (Antunes, 2003).

O **alojamento**, nomeadamente a sua qualidade, tipo e disponibilidade, características, infraestruturas e serviço é outra componente considerada por Antunes (2003), Bertan e Altıntaş (2013), Chen et al. (2015), Erbas e Percin (2015), Medina-Muñoz e Medina-Muñoz (2006) e Mrčela et al. (2015). No esquema de Shahrivar (2016), o alojamento poderá enquadrar-se nas “infraestruturas”, juntamente com as outras infraestruturas e equipamentos de apoio ao turismo considerados por Antunes (2003), Belber e Turan (2015) e Boekstein (2015). Lee (2010) defende que os fornecedores do serviço de alojamento devem manter a qualidade dos serviços prestados nas suas instalações, com o objetivo de “continuar a satisfazer as necessidades e expectativas dos clientes” (p. 690). Lee e King (2010) consideram que a disponibilidade, a qualidade, o conforto e o ambiente natural são fatores preponderantes na atratividade de um destino.

O **preço**, nomeadamente das férias/viagem, do entretenimento, do *food & beverage* e dos *souvenirs*, enquadrado no atributo “custo e preço” de Shahrivar (2016), é outro fator relevante a ter em consideração na satisfação dos consumidores quanto ao território (Bertan & Altıntaş, 2013; Lim et al., 2016; Medina-Muñoz & Medina-Muñoz, 2006). Segundo Medina-Muñoz e Medina-Muñoz (2006), a competitividade de preços é um fator de relevo ao nível dos destinos que, apesar de não ser considerado determinante, é um fator que deve ser ponderado.

A **saúde, higiene e segurança** são fatores considerados por Bertan e Altıntaş (2013), Mrčela et al. (2015), Antunes (2003), Correa e Leiva (2016), Medina-Muñoz e Medina-Muñoz (2006), Erbas e Percin (2015), Belber e Turan (2015) e Lim et al. (2016). Lee (2010: 690) considera que a “segurança, tranquilidade e paz são condições necessárias para um turismo próspero”. Lee e King (2010) consideram que a segurança é um fator determinante na atratividade de um destino.

Por último, as **atividades e outras atrações turísticas**, nomeadamente, o seu acesso, o lazer cultural e a gastronomia, assumem bastante relevância e podem ser parcialmente consideradas “fatores culturais” no esquema de Shahrivar (2016). Estes aspetos são considerados também por Antunes (2003), Boekstein (2015), Correa e Leiva (2016), Erbas e Percin (2015), Ferreira (1995), Medina-Muñoz e Medina-Muñoz (2006) e Mrčela et al. (2015). Medina-Muñoz e Medina-Muñoz (2006) consideram que as atividades complementares aos tratamentos, como eventos culturais, são uma forma de atrair um maior número de visitantes e de satisfazer as suas expectativas com o destino. Por outro lado, Lee e King (2010) consideram que as atividades recreativas são uma determinante da atratividade de um destino.

Com base na análise desta secção, é possível concluir que aspetos como a geografia, geologia e ecologia, os transportes, o alojamento, outras infraestruturas e equipamentos de apoio ao turismo, o preço, a saúde, a higiene e a segurança, bem como as atividades e atrações turísticas, são aspetos dos destinos termais que podem influenciar a satisfação dos visitantes com o território envolvente das estâncias termais.

3.4 Conclusão

Sendo o turismo uma área intrinsecamente de serviços, a satisfação dos consumidores é um conceito crucial. Não obstante, conclui-se que é um conceito de difícil definição, devido à grande variedade de definições.

A satisfação do cliente, segundo Eiamkanchanalai (2010), é uma meta a alcançar por muitas empresas, uma vez que apresenta um impacte muito positivo potenciando a recompra, *word-of-mouth* positivo, retenção de clientes e um desempenho financeiro sustentável. Assim,

a satisfação dos consumidores passa pela criação de uma experiência memorável e superior às expectativas o que, muitas vezes, é conseguido através de ajustes na gestão do negócio (Rahman, 2016). Contudo, medir a satisfação dos clientes é uma tarefa complexa, não havendo consenso na literatura, estando em voga dois métodos: o SERVQUAL e o modelo expectativa-desconfirmação.

Tendo em conta os atributos associados às estâncias termais, conclui-se que a água, as infraestruturas, os equipamentos de apoio, o ambiente, os serviços, os programas, os tratamentos, as atividades, o preço e os recursos humanos podem influenciar a satisfação dos consumidores com as estâncias termais. Por outro lado, os atributos relacionados com aspetos como a geografia, geologia e ecologia, os transportes, o alojamento, outras infraestruturas e equipamentos de apoio ao turismo, o preço, a saúde, higiene e segurança, bem como as atividades e atrações turísticas, podem apresentar uma influência significativa na satisfação dos visitantes relativamente ao território envolvente das estâncias termais.

Apresenta-se em seguida a terceira parte desta dissertação, relativa ao estudo empírico, começando por se apresentar a metodologia deste estudo no capítulo 4.

Parte III - Estudo Empírico

Capítulo 4 Metodologia

4.1 Introdução

O capítulo 4 é relativo à metodologia utilizada na elaboração do estudo empírico. O objetivo deste capítulo é apresentar o instrumento de recolha de dados, o método de amostragem, o modo de administração do instrumento de recolha de dados e a metodologia de análise de dados.

Inicialmente, procura-se apresentar o instrumento de recolha de dados, nomeadamente a sua constituição e os objetivos associados a cada questão colocada. De seguida, é definido o método de amostragem utilizado e é explicada a forma como o instrumento de recolha de dados foi administrado. Por último, será explicada a metodologia de análise de dados, nomeadamente o *software* utilizado, bem como as análises efetuadas.

4.2 Metodologia de recolha de dados

4.2.1 Instrumento de recolha de dados

A avaliação da satisfação do cliente tem um carácter subjetivo e, por isso, é difícil quantificar. Como tal, a maioria das empresas recorre a uma avaliação baseada em questionários para conseguir medir (Bandaru et al., 2015). A análise da Tabela 12, acima, onde consta uma sistematização dos artigos analisados relativos às características dos visitantes e a sua perceção em relação a estâncias termais e destinos termais, permite verificar uma tendência para a realização de **inquéritos através de questionário** para analisar a perceção da qualidade das estâncias termais e destinos termais.

O **questionário** administrado aos utilizadores da estância termal, em análise nesta dissertação, está dividido em cinco grandes grupos de questões (Anexo 1): Grupo I –

Experiência anterior em estâncias termais e experiência na ETC e no território envolvente; Grupo II – Avaliação da satisfação relativamente à ETC; Grupo III - Avaliação da satisfação relativamente ao território da Curia; Grupo IV - Fidelização à ETC e ao território da Curia; Grupo V - Características sociodemográficas.

No primeiro grupo do questionário, composto por nove perguntas, procurou-se perceber o **número de vezes que o indivíduo se tinha deslocado a uma estância termal em 2017** (Tabela 15).

Tabela 15 – Primeira pergunta do questionário aplicado na ETC

1- Em 2017 quantas vezes foi a uma estância termal?
Nenhuma vez
Uma vez
Duas vezes
Mais de duas vezes

Fonte: Autor.

Na segunda pergunta, uma pergunta de resposta fechada, procurou-se saber se era a **primeira vez que os inquiridos estavam na ETC**, tendo os inquiridos que indicar se “Sim” ou “Não” (Tabela 16).

Tabela 16 - Segunda pergunta do questionário aplicado na ETC

2- É a primeira vez que vem para a estância termal da Curia
Sim
Não

Fonte: Autor.

Com a intenção de perceber de que forma os inquiridos **tomaram conhecimento** da ETC, foi pedido aos inquiridos para seleccionar uma ou mais opções da Tabela 17.

Tabela 17 - Terceira pergunta do questionário aplicado na ETC

3- Como tomou conhecimento da estância termal da Curia?

Aconselhamento médico
 Promoção feita pela própria estância termal
 Recomendação de familiares e amigos
 Divulgação municipal/ do município (ex. feiras)
 Agentes de viagem
 Internet
 Outra fonte. Qual?

Fonte: Autor.

Posteriormente, na pergunta 4, procurou-se saber o **tipo de serviço** ou **programas** que os inquiridos estão a utilizar na ETC (Tabela 18). Para este efeito, utilizou-se uma pergunta de resposta fechada, através da qual os indivíduos poderiam selecionar mais do que uma opção.

Tabela 18 - Quarta pergunta do questionário aplicado na ETC

4- Indique o tipo de serviços/programas que está a utilizar na estância termal da Curia (ETC)	
Serviços termais	Programas de Spa
Ingestão oral de água	Day Spa
Hidrobalneoterapia – banhos de imersão	Programa Saúde +
Hidromassagem	Just Wellness
Duches (ex. escocês de jato ou crivo, de leque e Vichy)	
Piscina de reabilitação	
Piscina com subaquático (ex. Bertholet, manilúvio e pedilúvio e sauna)	
Eletroterapia	
Massagens	
Outro. Qual? _____	

Fonte: Autor.

Com o objetivo de averiguar os **motivos** que levaram os inquiridos a **utilizar os serviços da ETC** – prevenção, cura, lazer, relaxamento ou outros - efetuou-se a quinta pergunta deste questionário. Nesta pergunta era possível a escolha de mais do que uma opção (Tabela 19).

Tabela 19 - Quinta pergunta do questionário aplicado na ETC

5- Quais os motivos que o(a) levaram a utilizar os serviços desta estância termal?
Saúde – Vertente prevenção
Saúde – Vertente cura
Lazer/relaxamento
Outro. Qual?

Fonte: Autor.

Através das perguntas 6, 7, 8 e 9 do questionário procurava-se perceber a experiência do inquirido no território da Curia, nomeadamente o alojamento (local e tipo de alojamento e a duração da sua estada), bem como as atividades em que participou (desportivas, recreativas e culturais).

Na sexta pergunta procura-se perceber, através de uma pergunta de resposta aberta, o **número de noites que o inquirido permaneceu na Curia** (Tabela 20). Na pergunta 7, pergunta de resposta fechada, procura-se perceber se o **inquirido está ou não alojado na Curia** (Tabela 20).

Tabela 20 – Sexta e sétima perguntas do questionário aplicado na ETC

6- Qual a duração da sua estada na Curia?
_____noites
7- Está alojado(a) na Curia?
Sim
Não

Fonte: Autor.

À pergunta 8 pretende-se que respondam apenas os inquiridos alojados na Curia. Solicitou-se, então que os inquiridos indicassem o **tipo de alojamento** em que estavam hospedados. Acrescentou-se a opção “Outro” para permitir ao inquirido acrescentar um tipo de alojamento que não tivesse sido mencionado nas opções (Tabela 21).

Tabela 21 - Oitava pergunta do questionário aplicado na ETC

8- Se respondeu sim à pergunta anterior, por favor, indique qual o tipo de alojamento em que se encontra hospedado: (se respondeu “não” passe à pergunta 9)
Hotel
Casa particular
Apartamento turístico Curia Clube
Turismo rural
Alojamento local
Outro. Qual?

Fonte: Autor.

Na pergunta 9 (Tabela 22) procurou-se perceber que tipo de **atividades** os inquiridos já realizaram no território da Curia. As atividades eram muito diversas e incluíam desde “visitar um museu” a “passear de bicicleta” ou “provar um doce típico”.

Tabela 22 - Nona pergunta do questionário aplicado na ETC

9- Indique que atividades já realizou no território da Curia
Fazer caminhadas em rotas/percursos pedestres
Participar em festas e romarias
Participar num outro evento
Provar um prato típico
Provar um doce típico
Visitar uma unidade de enoturismo (ex. casas, quintas)
Degustar/provar vinhos
Visitar um museu
Passear de bicicleta
Visitar monumentos
Praticar golfe
Outra. Qual?

Fonte: Autor.

O segundo grupo do questionário é composto por uma pergunta e tinha como objetivo perceber o **grau de satisfação dos inquiridos** relativamente a 17 itens identificados na revisão de literatura (Tabela 13). Estes itens revelam-se particularmente importantes na avaliação da satisfação com estâncias termas e foram adaptados para medir a satisfação **com a ETC**. Pretendeu-se também com esta questão compreender a satisfação geral dos inquiridos relativamente à ETC (Tabela 23). Esta pergunta era respondida utilizando uma escala tipo

Likert de 7 pontos em que 1 corresponde a “Nada satisfeito” e 7 corresponde a “Muito satisfeito”.

Tabela 23 – Aspectos a considerar na avaliação da satisfação com a ETC

10- Em que medida é que está satisfeito(a) com os seguintes aspetos da estância termal da Curia? (Por favor, assinale em cada linha, com um círculo, a opção que corresponde ao seu grau de satisfação.)
Qualidade da água
Limpeza das instalações
Segurança das instalações
Qualidade dos equipamentos
Qualidade das instalações
Ambiente
Diversidade dos serviços prestados
Qualidade dos serviços prestados
Atividades recreativas
Especialização e técnicas usadas
Tratamentos disponíveis
Programas disponíveis
Relação qualidade-preço na estância
Conhecimentos e competências dos recursos humanos
Simpatia dos recursos humanos
Disponibilidade e assistência prestada pelos recursos humanos
Personalização do serviço
Satisfação geral com a estância termal da Curia

Fonte: Antunes (2003), Belber e Turan (2015), Bertan e Altıntaş (2013), Boekstein (2015), Chen et al. (2015), Clark-Kennedy e Cohen (2017), Emir e Saraçlı (2011), Erbas e Percin (2015), Correa e Leiva (2016), Ferreira (1995), Lim et al. (2016), Medina-Muñoz e Medina-Muñoz (2006), Mrčela et al. (2015), Rivero et al. (2011), Silvestri et al. (2017).

O terceiro grupo é composto por uma questão em que era solicitado aos inquiridos que manifestassem o seu **grau de satisfação relativamente a 15 itens** que representam o **território envolvente da ETC** e relativamente ao item “Satisfação geral com o território da Curia” (Tabela 24). Os itens desta pergunta foram identificados com base na revisão bibliográfica relativa à avaliação da satisfação com destinos termais realizada na secção 3.3.2 e representada na Tabela 14.

Esta pergunta era respondida utilizando uma escala tipo *Likert* de 7 pontos em que 1 corresponde a “Nada satisfeito” e 7 corresponde a “Muito satisfeito”.

Tabela 24 - Aspetos a considerar na avaliação da satisfação com o território envolvente

11- Em que medida é que está satisfeito(a) com os seguintes aspetos do território da Curia? (Por favor, assinale em cada linha, com um círculo, a opção que corresponde ao seu grau de satisfação.)
Clima
Paisagem
Património natural
Património cultural construído
Gastronomia
Atividades recreativas e culturais
Atividades desportivas
Serviço de transportes local
Acessibilidade
Tipo de alojamento disponível
Qualidade do alojamento
Serviço prestado no alojamento
Qualidade dos equipamentos de apoio (ex. bancos, farmácias, lojas)
Relação qualidade-preço no território
Segurança do território
Satisfação geral com o território da Curia

Fonte: Antunes (2003), Belber e Turan (2015), Bertan e Altıntaş (2013), Boekstein (2015), Chen et al. (2015), Clark-Kennedy e Cohen (2017), Correa e Leiva (2016), Emir e Saraçlı (2011), Erbas e Percin (2015), Ferreira (1995), Lim et al. (2016), Medina-Muñoz e Medina-Muñoz (2006), Mrčela et al. (2015), Rivero et al. (2011), Silvestri et al. (2017).

O quinto grupo do questionário é composto por uma pergunta, onde se pedia aos inquiridos que manifestassem a **probabilidade de recomendar** a ETC e, também, a probabilidade de **regressarem** à ETC e ao território envolvente (Tabela 25). Esta pergunta tinha por base uma escala tipo *Likert* de 7 pontos em que 1 corresponde a “muito improvável” e 7 corresponde a “muito provável”.

Tabela 25 – Aspetos a considerar na fidelização com a ETC e território envolvente

12- No futuro, qual a probabilidade de realizar as seguintes ações?

Recomendar a Curia a outras pessoas (ex. familiares, amigos)
 Recomendar a estância termal da Curia a outras pessoas (ex. familiares, amigos)
 Regressar à Curia e utilizar novamente os serviços fornecidos neste destino
 Regressar à Curia e utilizar novamente os serviços fornecidos pela estância termal da Curia

Fonte: Autor.

O quinto e último grupo do questionário é constituído por 5 perguntas e permitiu identificar algumas **características sociodemográficas** do universo de inquiridos, tais como o género, o local de residência, a idade, as habilitações literárias e a situação perante o trabalho (Tabela 26). Nas perguntas deste grupo foram utilizadas perguntas de resposta fechada, aberta e mista.

Tabela 26 – Variáveis sociodemográficas

Variável	Tipologia da questão
Género	Fechada
Residência (país)	Mista
Residência (concelho)	Aberta
Idade	Aberta
Habilitações Literárias	Mista
Situação perante o trabalho	Mista

Fonte: Autor.

O questionário termina com uma pergunta de resposta aberta, através da qual era solicitado aos inquiridos que sugerissem propostas de melhoria para a ETC e para o território da Curia.

4.2.2 Método de amostragem e método de administração do instrumento de recolha de dados

Para seleccionar os indivíduos a inquirir foi utilizado um **método de amostragem** não probabilístico, uma vez que não há um conhecimento completo sobre os indivíduos da população a quem será aplicado o questionário. Uma das principais desvantagens deste método é o facto de não ser possível generalizar os resultados com a precisão estatística desejada.

O método escolhido foi o método de amostragem por conveniência, através do qual a amostra seleccionada é constituída pelos inquiridos que se apresentam acessíveis e se demonstram prontamente disponíveis para participar no estudo. Apesar de, a nível operacional, ser um método prático, impossibilita a existência de rigor estatístico requisitado nestes casos.

Para a realização deste estudo foram administrados questionários, pela autora deste trabalho, pessoalmente, a clientes da ETC, nas suas instalações, procurando avaliar a sua satisfação relativamente a aspetos da estância termal e do território envolvente.

4.2.3 Metodologia de análise de dados

A análise dos dados deste estudo terá por base o método quantitativo que, segundo Richardson (1989), citado por Dalfovo et al. (2008), é um método caracterizado pela utilização da quantificação, quer na parte da recolha de dados, quer no seu tratamento. A recolha de dados, terá por base a numeração, ou informações convertíveis em números, cuja análise será meramente estatística (Dalfovo et al., 2008).

Para analisar os dados recolhidos, recorreu-se ao *software* IBM SPSS, através do qual foi possível realizar diversas análises estatísticas que permitiram retirar conclusões relevantes para a evolução e desenvolvimento do estudo empírico.

Inicialmente procurou-se fazer uma caracterização sociodemográfica da amostra, através de uma análise de frequências.

De seguida procurou-se fazer uma análise descritiva das perguntas 10, 11 e 12, com o objetivo de compreender o grau médio de satisfação dos inquiridos e a probabilidade média de recomendação e de regresso à ETC e ao território da Curia, através do cálculo de uma medida de tendência central - a média - e uma medida de dispersão - o desvio-padrão.

Realizou-se uma análise fatorial de componentes principais com rotação varimax com o objetivo de identificar fatores ao nível da satisfação com a ETC e outra para identificar fatores do território da Curia, capazes de representar bem um elevado número de itens relativos à satisfação.

Posteriormente, realizou-se uma análise de *Clusters* hierárquica com o método de *Ward* e *Squared Euclidean Distance*, cujo objetivo foi a identificação de grupos homogêneos de pessoas quanto à sua satisfação com a ETC e com o território da Curia. Esta análise teve por base os fatores resultantes das análises fatoriais. De seguida foram analisadas diferenças estatisticamente significativas entre os grupos e recorreu-se, para isso, a análises bivariadas, nomeadamente o teste T, para variáveis de escala e de intervalo, e o teste do qui-quadrado, para variáveis nominais.

Por último realizaram-se três regressões lineares, cujo objetivo foi compreender o comportamento de uma variável dependente a partir de uma ou mais variáveis independentes. Com esta análise procurou-se compreender de que forma os fatores de satisfação com a ETC e com o território influenciam as correspondentes satisfações gerais e a forma como estas influenciam a variável dependente “fidelização”.

4.3 Conclusão

O questionário administrado foi dividido em cinco grupos, sendo que no primeiro grupo o objetivo foi compreender a experiência anterior em estâncias termais, na ETC e no território envolvente. No segundo e terceiro grupos pretendia-se avaliar a satisfação relativamente à ETC e território da Curia e, no quarto grupo, procurava-se compreender o grau de fidelização relativamente a estas duas vertentes. Por último, no quinto grupo, pretendia-se obter informação e conhecer as características sociodemográficas dos respondentes. Este

instrumento de recolha de dados foi administrado pessoalmente a clientes da ETC nas suas instalações.

O método de amostragem utilizado foi um método não probabilístico, nomeadamente o método por conveniência.

Após a recolha dos dados, a sua análise foi efetuada, através da utilização do método quantitativo, recorrendo ao IBM SPSS. Com este *software* foi possível fazer análises de frequências e análises descritivas, duas análises fatoriais de componentes principais. Realizou-se, também, uma análise de *Clusters* hierárquica, recorrendo também a testes T e de qui-quadrado para comparar os *clusters* identificados e, ainda, três regressões lineares.

Capítulo 5 Caracterização do município de Anadia e das termas da Curia: Caracterização geral, da oferta e procura turísticas

5.1 Introdução

O capítulo 5 está dividido em 2 partes, cujo objetivo é, respetivamente, caracterizar o concelho de Anadia e a Estância Termal da Curia.

Na primeira parte, relativa à caracterização geral do concelho de Anadia, pretende-se conhecer melhor o concelho ao nível da sua localização geográfica, população, acessibilidades, infraestruturas, serviços de saúde, segurança e proteção civil. Posteriormente, procedeu-se a uma inventariação de recursos turísticos existentes no território e uma caracterização da procura turística do Concelho.

Na segunda parte, o objetivo é caracterizar a ETC, nomeadamente a sua localização, os serviços e programas que oferece e a sua procura turística.

5.2 Caracterização geral do concelho de Anadia

5.2.1 Localização, população, área e atividades económicas

O concelho de Anadia está **localizado** na Nomenclatura de Unidade Territorial (NUT) II Centro, no distrito de Aveiro. Ao nível da NUT III, está inserido na Comunidade Intermunicipal da Região de Aveiro. A norte deste município estão localizados os concelhos de Águeda e Oliveira do Bairro, a sul o concelho da Mealhada, a este o concelho de Mortágua e a oeste o concelho de Cantanhede (Figura 10).



Figura 10 - Enquadramento geográfico do município de Anadia no distrito de Aveiro
 Fonte: Município de Anadia (2015)

Segundo o Município de Anadia (2014), o concelho ocupa uma **área** de 216,63 km², sendo constituído pelas freguesias de Avelãs de Caminho, Avelãs de Cima, Moita, Sangalhos, São Lourenço do Bairro, Vila Nova de Monsarros e Vilarinho do Bairro. Conta, ainda, com a União de freguesias de Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas, a União de freguesias de Arcos e Mogofores e a União de freguesias de Tamengos, Aguim e Óis do Bairro (Figura 11).

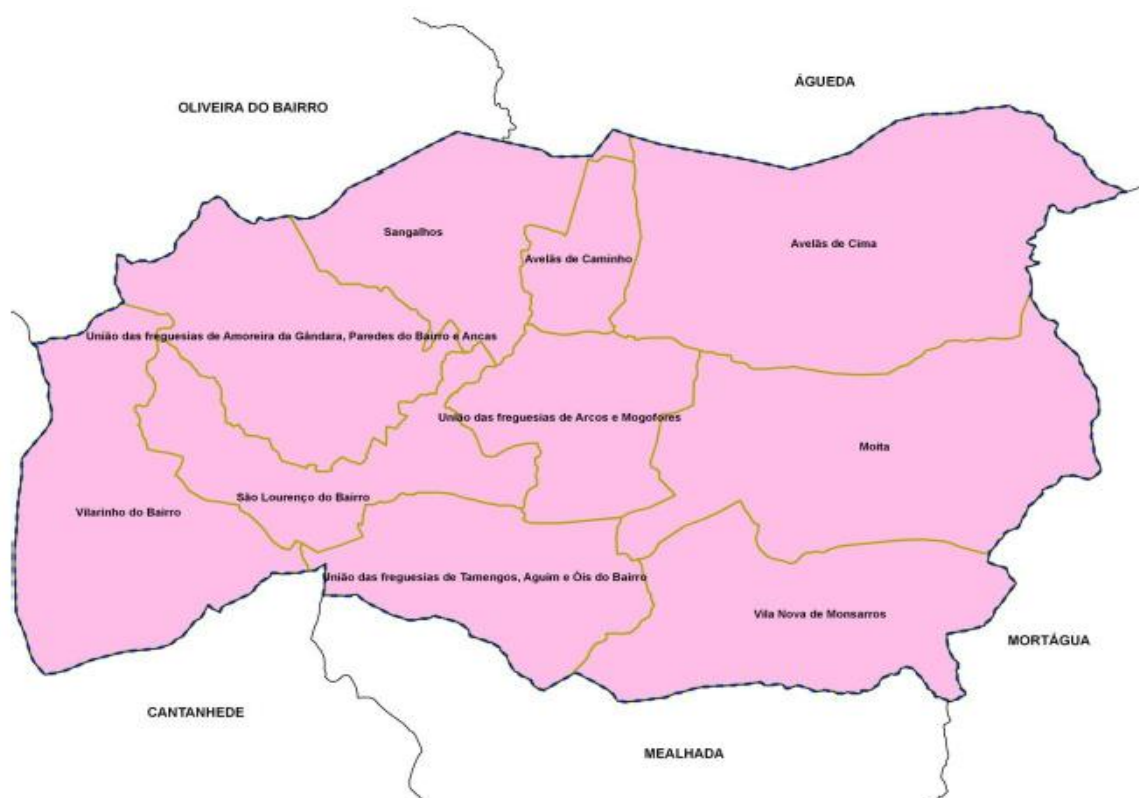


Figura 11 - Organização administrativa do município de Anadia

Fonte: Município de Anadia (2015)

Os dados relativos à população do **concelho** permitem verificar um decréscimo da população entre os anos de 2013 e 2016, sendo que neste último ano a população total do município de Anadia era de 27 805 residentes (Tabela 59 em anexo). Tendo por base os valores do ano de 2016 do concelho, constata-se que 47% dos residentes correspondem à população masculina e os restantes 53% à população feminina. Nos anos anteriores também se verificou este panorama, isto é, uma predominância do género feminino face ao género masculino.

No que diz respeito aos grupos etários, a população apresenta-se cada vez mais envelhecida, uma vez que se verifica a tendência de aumento de pessoas nos grupos etários “65-74 anos” e “75 ou mais anos”, no decorrer dos anos em análise. Em contrapartida, a população da faixa etária dos “0-14 anos” tem apresentado uma tendência de decréscimo. Salienta-se que a faixa etária dos “25-64 anos” se mantém sensivelmente constante e é a que contempla um maior número de indivíduos residentes.

Segundo o Município de Anadia (2015), os concelhos de Aveiro, sede de distrito, e concelhos como Águeda e Ovar, são considerados concelhos “com influência sobre territórios

municipais vizinhos”. Por outro lado, concelhos como Anadia e Oliveira do Bairro possuem “áreas de influência mais limitadas”. Desta forma, as “articulações territoriais revelam uma grande afinidade com os concelhos fisicamente mais próximos”. As cidades de Coimbra e Aveiro são dois importantes centros urbanos, uma vez que representam o local de trabalho ou estudo de uma parte da população de Anadia e, desta forma, desempenham uma função importante ao nível da oferta de bens e serviços que o município de Anadia não tem a capacidade de disponibilizar (Município de Anadia, 2015).

Ao nível biofísico, a NUT III Região de Aveiro, da qual faz parte o município de Anadia, é contemplada “por uma paisagem única no país” com várias potencialidades, nomeadamente ao nível do turismo, proporcionando o “desenvolvimento do turismo balnear, do turismo de natureza e termalismo” (Município de Anadia, 2015).

Desta forma, e segundo o Município de Anadia (2015), as potencialidades do território ao nível biofísico, contribuíram para a definição de estratégias, através de um “modelo de ordenamento e desenvolvimento”, tendo por base os grandes desafios atuais, nomeadamente a “sustentabilidade na sua vertente ambiental e as suas relações com as componentes social e económica”.

No que diz respeito à **estrutura económica**, procurou-se compreender as realidades do contexto nacional, da Região Centro, da região de Aveiro e do concelho de Anadia.

Antes de mais é importante compreender a realidade nacional e, para tal, perceber qual o setor que apresenta uma maior importância para a economia do país. Desta forma, foram analisados três indicadores: população empregada (milhares), remuneração base média mensal dos trabalhadores por conta de outrem (€) e o volume médio de negócios das empresas (€) no período temporal de 2013-2016 (Tabela 60).

A análise da Tabela 60, em anexo, permite verificar que o setor primário tem vindo a perder importância ao nível da população empregada, quer em Portugal, quer na Região Centro. Em contrapartida, o setor secundário e, com mais preponderância, o setor terciário, têm vindo a ganhar uma maior importância. O mesmo é possível verificar no indicador “remuneração base”, que apresenta valores significativamente mais elevados nos setores secundário e terciário. Já no que diz respeito ao volume médio de negócios, salienta-se o setor secundário que, apesar do decréscimo significativo que tem apresentado ao longo dos anos, é o setor que apresenta o maior volume de negócios.

Posteriormente, importa compreender a evolução ao nível dos estabelecimentos e das empresas. Para tal, importa clarificar ambas as definições. Assim, e segundo o INE (2018), um estabelecimento corresponde a uma empresa ou parte desta (ex. fábrica, oficina), “situada num local topograficamente identificado”, no qual ou a partir do qual se exercem atividades económicas para as quais, regra geral, trabalham uma ou várias pessoas, por conta da mesma empresa. Por outro lado, uma empresa é uma entidade jurídica (pessoa singular ou coletiva) correspondente a uma unidade organizacional de produção de bens e/ou serviços, usufruindo de uma certa autonomia de decisão, quanto, por exemplo, à afetação dos seus recursos. Uma empresa pode exercer uma ou várias atividades, em um ou vários locais.

Após a análise da Tabela 61 e da Tabela 62 em anexo e as definições anteriormente mencionadas, é possível perceber que o aumento do número de empresas, independentemente da atividade económica, implica o aumento também do número de estabelecimentos. Em Portugal e na Região Centro destaca-se a atividade económica 3 (Eletricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio) que apresentou uma evolução exponencial entre os anos 2011 e 2016, quer ao nível do número de empresas, quer ao nível do número de estabelecimentos. Constata-se, também, um aumento bastante significativo no período de referência indicado da atividade económica 9 (Atividades de informação e comunicação). Por outro lado, atividades económicas como a Construção e Educação apresentam uma diminuição neste período, tanto ao nível das empresas como dos estabelecimentos.

Relativamente às áreas geográficas da Região de Aveiro e do concelho de Anadia, as atividades económicas anteriormente referidas também apresentaram crescimentos significativos a par com outras atividades que apresentaram uma taxa de crescimento de cerca de 20% nestas áreas geográficas. Assim, é possível destacar a atividade económica 12 (Atividades administrativas e dos serviços de apoio) que apresentou uma taxa de crescimento ao nível das empresas e estabelecimentos de 18%. Destaca-se, também, a atividade económica 14 (Atividades de saúde humana e apoio social) com um crescimento de cerca de 26% e, por último, a atividade económica 15 (Atividades artísticas, de espetáculos, desportivas e recreativas) com uma taxa de crescimento de cerca de 16%.

No âmbito do setor turístico, salientam-se as atividades económicas 8 (Alojamento, restauração e similares) e 15 (Atividades artísticas, de espetáculos, desportivas e recreativas), que apresentam, de uma forma geral, taxas de crescimento positivas nas áreas geográficas em análise, com destaque apenas para o número de estabelecimentos na Região de Aveiro que

sofreu um ligeiro decréscimo (-1,45%) no período em análise (2011-2016) (Tabela 61 e Tabela 62).

5.2.2 Acessibilidades e infraestruturas

O município de Anadia tem apostado na **mobilidade** interna e externa com projetos de promoção da melhoria das acessibilidades ao município e da mobilidade dentro do município. A criação de novas medidas, como por exemplo de zonas 30 (zona dentro das quais o limite de velocidade aconselhado é 30km/h), o projeto AND (mobilidade de bicicleta no município) e as restrições à circulação de veículos pesados no centro da cidade de Anadia (Município de Anadia, 2015) são o efetivar destas medidas, que visam promover a sustentabilidade e mobilidade municipal.

A mobilidade interna e externa pode ser feita através de transporte rodoviário, ferroviário e bicicleta. No que diz respeito ao **transporte rodoviário**, as infraestruturas que permitem chegar até ao município de Anadia são: a A1/IP1 (que abrange, designadamente, o nó de Aveiro Sul, o nó junto a Albergaria-a-Velha em que interceta com a A25 e o nó da Mealhada); a estrada EN1/IC2, considerada um dos principais eixos urbanos do município, responsável pela circulação de pessoas e bens; a estrada nacional 235 (EN 235), importante via que permite a ligação à sede de distrito – Aveiro; e a estrada regional 336 (ER336), que é uma via que atravessa o município e algumas das suas freguesias, tendo início na zona de Boialvo e fim na freguesia de Vila Nova de Monsarros (Município de Anadia, 2015).

O concelho possui infraestruturas e serviços de transporte rodoviário através de uma rede de autocarros, sob a tutela da empresa Transdev. Este serviço permite a circulação de pessoas dentro do Concelho e a ligação do concelho de Anadia às freguesias periféricas e aos concelhos circundantes de Águeda e Mealhada (Figura 12). Para além da circulação no concelho através dos meios já referidos e da utilização de veículo próprio, o concelho de Anadia disponibiliza, também, três praças de táxis (Anadia, Sangalhos e Amoreira da Gândara).

ÁGUEDA - ANADIA (POR BARRÔ)				
A	A		B	A
16:55	7:35	ÁGUEDA	-	18:15
17:05	7:45	BARRÔ (X)	-	18:05
17:10	7:45		14:07	17:55
17:12	7:48	BARRÔ	14:04	17:52
17:13	7:51	CARQUEJO	14:02	17:50
17:15	7:54	AGUADA DE BAIXO	13:59	17:47
-	7:58	MURTA	13:56	17:44
-	8:02	OLIVEIRA DO BAIRRO	13:52	17:40
-	8:03		13:50	17:39
-	8:08	SANGALHOS	13:45	17:33
-	8:15	MOGOFORES (X)	13:39	17:29
-	8:25	ANADIA	13:35	17:25
A - EXCEPTO SÁBADOS, DOMINGOS E FERIADOS, NÃO SE EFECTUA NO MÊS DE AGOSTO				
B - SÓ ÀS 4RS FEIRAS NOS PERÍODOS ESCOLARES, EXCEPTO SE FOR FERIADO				

Figura 12 - Percurso e horário da ligação Águeda – Anadia (por Barrô)

Fonte: Transdev (2018)

Em setembro de 2017, o Município de Anadia (2014) lançou um novo projeto de mobilidade interna, designado de “AnadiaSIM”, que é uma rede de transporte de passageiros do concelho de Anadia com o objetivo de promover uma mobilidade sustentável e contribuir para minorar o isolamento da população mais idosa e potenciar a mudança de hábitos dos habitantes, através da consciencialização para a redução da poluição e dos gastos energéticos. Esta rede de transportes promove também deslocações seguras, confortáveis, com tempos aceitáveis e a custos acessíveis. Assim, o AnadiaSIM contempla um circuito semanal e um circuito urbano diário (Município de Anadia, 2015).

O Circuito Semanal faz a cobertura integral do concelho, servindo, uma vez por semana, cada uma das cinco zonas definidas, tal como se pode verificar na Figura 13. Este circuito contempla paragens fixas regulares, assim como paragens flexíveis nas localidades menos povoadas, mediante marcação prévia pelo município.

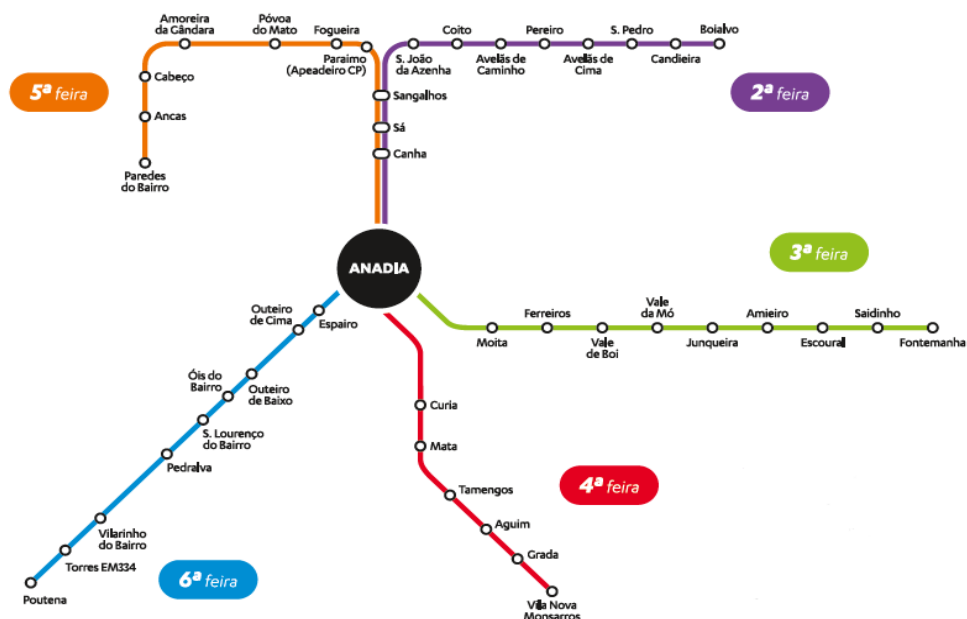


Figura 13 - Circuito semanal – AnadiaSIM

Fonte: Município de Anadia (2014)

Com o Circuito Urbano de Anadia realiza-se, diariamente, a cobertura da zona urbana da cidade, passando por alguns pontos onde a afluência é maior e efetuando, ainda, a ligação à rede ferroviária nas estações da Curia e de Mogofores. O circuito é feito cinco vezes por dia.

Quanto aos bilhetes, o preço é de 1€ para o primeiro circuito e de 0,50€ para o segundo, tendo sido fixado um desconto de 50% para os titulares dos cartões Anadia Jovem e Anadia Sénior. Os montantes resultantes da venda dos bilhetes e da publicidade revertem para o município.



Figura 14 - Veículo afeto ao AnadiaSIM

Fonte: Município de Anadia (2014)

Os veículos possuem uma lotação máxima de 24 lugares sentados, 4 lugares em pé e 1 lugar para cadeira de rodas, estando afetos ao “AnadiaSIM” em regime de exclusividade, e ostentam predominantemente as cores do Município (Figura 14).

Relativamente ao **transporte ferroviário**, e de acordo com o Município de Anadia (2015), este município apresenta algumas fragilidades, pois conta apenas com a Linha do Norte (Porto – Lisboa) como principal via. O município contém apenas uma estação em Mogofores e três apeadeiros: Paraimo (Sangalhos), Curia e Aguim. A estação em Mogofores conta com os comboios InterRegional, Regional e Serviço Urbano de Coimbra (às sextas-feiras) (Comboios de Portugal, 2018).

As infraestruturas relacionadas com a **acessibilidade aérea** estão limitadas aos três aeroportos em Portugal, que permitem a chegada e partida de milhões de passageiros todos os anos. O aeroporto mais próximo do município de Anadia é o aeroporto Francisco Sá Carneiro, no Porto. Este aeroporto dista de Anadia 105km (em autoestrada) o que se traduz em cerca de 1h05m de caminho. Mais a sul, existe o aeroporto da Portela, em Lisboa, que se localiza, em autoestrada, a uma distância de 224km, o que se traduz em 2h05m de caminho. Por fim, o aeroporto de Faro, o mais distante, fica a cerca de 467km, o que se traduz em 4h16m de caminho (Google Maps, 2018).

O município de Anadia disponibiliza ainda **bicicletas** para a deslocação de pessoas: B-AND. Existem 10 estações de bicicletas:

- Estação da Curia/Rota da Bairrada – Curia;
- Praça da Juventude – Anadia;
- Centro de Alto Rendimento – Sangalhos;
- Curia Tecnoparque – Curia;
- Parque Desportivo/Piscinas Municipais – Anadia;
- Pharmacy Hostel – Curia;
- Estalagem de Sangalhos – Sangalhos;
- Hotel Anadia Cabecinho – Anadia;
- Curia Palace Hotel – Curia;
- Hotel das Termas – Curia.

O município de Anadia apresenta acessibilidades, infraestruturas e serviços de transporte razoáveis que permitem a mobilidade e a chegada de visitantes. Para usufruir de

uma experiência mais enriquecedora, através do contacto com diferentes locais, pessoas e costumes, a utilização combinada dos transportes pode ser facilitadora em termos de mobilidade.

5.2.3 Serviços de saúde, segurança e proteção civil

Segundo o Município de Anadia (2015) (Tabela 63 em anexo), o concelho de Anadia apresenta alguma variedade em termos de equipamentos e **serviços de saúde** públicos e privados – várias clínicas de especialidades distintas e dois hospitais. Atualmente, o Hospital José Luciano de Castro da Misericórdia de Anadia não disponibiliza serviço de urgência, o que implica a deslocação de doentes que necessitem desse serviço para os dois hospitais mais próximos: Aveiro e Coimbra. O município de Anadia oferece também, como serviços de saúde complementares, várias farmácias, duas parafarmácias e três laboratórios de análises clínicas.

Relativamente à **segurança e proteção civil**, o município de Anadia possui dois postos da GNR, em Anadia e em Sangalhos, e tem uma corporação de bombeiros: Bombeiros Voluntários de Anadia (Tabela 64, em anexo).

5.2.4 Oferta turística

A caracterização da oferta turística no município de Anadia será feita através da identificação de atrações turísticas (ou recursos primários): património natural e cultural, atividades, equipamentos e eventos existentes no Concelho que constituem atrações turísticas. Posteriormente, serão analisados os equipamentos que servem de apoio ao setor do turismo.

Relativamente às **atrações turísticas** (Tabela 65), é possível perceber que o município de Anadia tem um vasto **património natural** e apresenta dois tipos de paisagens muito relevantes, nomeadamente a paisagem vitícola e a zona serrana do moinho do pisco.

Este é um município rico em natureza que possui seis rios, três barragens e quatro lagoas. Neste contexto, possui ainda duas nascentes e fontes, das quais se destacam uma

nascente de águas medicinais indicada para o tratamento de psoríase e uma fonte férrea com água com propriedades medicinais (Município de Anadia, 2015). As características das águas das estâncias termais do município de Anadia também poderão ser consideradas um recurso primário importante para a atração de visitantes de todo o país. As águas das termas da Curia são sulfatadas cálcicas e magnesianas que apresentam temperaturas de cerca de 19°C, enquanto as águas das termas de Vale da Mó são bicarbonatadas magnesianas ferruginosas com uma temperatura de 16,1°C (Termas de Portugal, 2018).

O concelho possui, também, vários parques de merendas e infantis, localizados nas diversas freguesias.

O **património cultural** (Tabela 66 em anexo) do concelho de Anadia é composto por nove monumentos classificados, possuindo seis deles a categoria de proteção IIP – Imóvel de Interesse Público, um de IM – Interesse Municipal, um MIP – Monumento de Interesse Público e um CIP – Conjunto de Interesse Público. De referir a existência de um monumento em vias de classificação, o Palácio dos Condes da Foz do Arouce (DGPC, 2018). Ainda no que diz respeito ao património cultural, salienta-se a importância da gastronomia e vinhos (Tabela 69 e Tabela 72 em anexo), setor onde o Concelho apresenta uma vasta oferta de pratos e doces típicos, dos quais se destacam o Leitão da Bairrada, os amores da Curia e o espumante (Rota da Bairrada, 2018). Anadia é atualmente a capital do espumante e responsável pela produção de mais de 70% do espumante da Bairrada, que representa 65% da produção nacional de espumante (Município de Anadia, 2014).

No que concerne à **animação** no município, são realizadas diversas atividades de animação no âmbito cultural, recreativo e desportivo. Ao nível cultural e recreativo (Tabela 67 em anexo) o concelho possui duas bandas de música, a associação musical Nova Aliança (AMNA) - responsável por algumas das atuações no concelho e a Banda de Música de Anadia - que participa em festas religiosas, procissões e arruadas. No município existem cinco grupos de teatro responsáveis pela dinamização do Concelho com espetáculos de teatro e dança para as mais diversas idades. Ao nível das atividades desportivas, existem três rotas pedestres e o percurso pedestre de Avelãs de Cima.

No que diz respeito às **feiras, mercados e outros eventos** (Município de Anadia, 2014) (Tabela 68 em anexo), realizam-se festas e romarias (78), feiras e mercados (7) e outros eventos culturais e recreativos (7).

Em Anadia, salientam-se ainda as atividades associadas às estâncias termais e às unidades de enoturismo (Tabela 69 em anexo), possibilitando o contacto direto com o território e os seus produtos (Turismo de Portugal, 2018).

O município de Anadia disponibiliza **equipamentos culturais e equipamentos desportivos e recreativos**. De acordo com a Tabela 70, em anexo, disponibiliza 8 equipamentos culturais, entre museus, cineteatro, biblioteca e centro cultural (Município de Anadia, 2015). Por outro lado, disponibiliza um vasto leque de equipamentos desportivos e recreativos (55), entre estádios, pavilhões e campos (Tabela 71 em anexo).

No que concerne aos **equipamentos e serviços de apoio**, o município de Anadia, disponibiliza um vasto leque de equipamentos e serviços de apoio, nomeadamente unidades de alojamento, estabelecimentos de restauração e bebidas, empresas de animação turística, agências de viagem e empresas de rent-a-car.

No que diz respeito aos equipamentos de apoio ao turismo (Tabela 73 em anexo), existem no município 4 tipos de **unidades de alojamento**, nomeadamente: 6 hotéis, 1 apartamento turístico, 2 unidades de turismo em espaço rural e 15 unidades de alojamento local. Estas unidades de alojamento são muito disparees em termos de capacidade de alojamento. Por exemplo, a Quinta d'avó possui apenas 1 quarto com capacidade para 5 pessoas e os apartamentos turísticos “Curia Clube” contam com 96 quartos e uma capacidade para 206 pessoas.

Ao nível da **restauração e bebidas** (Tabela 74 em anexo), existem no município 241 estabelecimentos de restauração e bebidas, sendo 23% restaurantes, 54% cafés, cafetarias e casas de chá, 14% snack-bares e 9% são bares/pubs.

Relativamente às **empresas de animação turística**, existem 3 empresas a operar no município de Anadia (Tabela 75 em anexo). Existem, também, 5 **agências de viagem** no concelho (Tabela 76 em anexo) e 2 **empresas de rent-a-car** (Tabela 77 em anexo).

5.2.5 Procura turística

A análise da procura turística do município de Anadia teve por base seis indicadores, nomeadamente o “número de dormidas, o “número de hóspedes”, a “estada média”, os

“proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros”, a “taxa líquida de ocupação-cama” e a “proporção de dormidas entre julho e setembro” (Tabela 27). Estes indicadores permitem perceber a evolução da procura do Concelho entre os anos de 2013 e 2016 e revelam que, de uma maneira geral, a procura tem vindo a aumentar.

Relativamente ao indicador “**número de dormidas**” (número de noites que os turistas passam num estabelecimento hoteleiro) (INE, 2018) denota-se um constante crescimento durante o período em análise, com uma maior incidência em 2014, onde se verificou um crescimento de 17,63% face ao ano anterior. Em 2016 registaram-se nos estabelecimentos hoteleiros 70576 dormidas. No indicador “**número de hóspedes**” (número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros) (INE, 2018) é possível observar que o maior crescimento também se verificou no ano acima indicado, com um aumento de 11,78%. O número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros atingiu, em 2016, os 36153 hóspedes.

O indicador “**estada média**”, que revela, segundo o INE (2018), o número de noites, em média, que os turistas passam nos estabelecimentos hoteleiros, revelou um aumento até ao ano de 2015. No entanto, entre os anos de 2015 e 2016 verificou-se uma estagnação deste valor médio (média 2 noites).

O indicador “**proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros**” permite perceber, segundo o INE (2018), de onde é proveniente o maior e menor rendimento dos estabelecimentos hoteleiros. Verifica-se que este indicador, no concelho de Anadia, teve um crescimento acentuado (20,47%) entre os anos de 2013 e 2014. No entanto, o ano de 2015 é marcado por um decréscimo residual de -0,93%, recuperando no ano seguinte com um aumento de 13,08%.

O indicador “**taxa líquida de ocupação-cama**” indica, segundo o INE (2018), a relação entre o número de dormidas e o número de camas disponíveis em alojamentos turísticos, permitindo avaliar a capacidade de alojamento média utilizada. Este indicador tem mantido um crescimento constante, apresentando em 2016 um valor de 20,9%, o que significa que, tendo por base o número de camas disponíveis no concelho de Anadia, apenas 20,9% estiveram ocupadas no ano de 2016.

Por fim, o indicador “**proporção de dormidas entre julho e setembro**” indica, segundo o INE (2018), a percentagem entre o número de noites passadas pelos turistas no verão face ao total anual de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros. Os valores deste indicador revelam um ligeiro aumento entre os anos 2013 e 2014 (2,1%) e uma ligeira

diminuição no ano seguinte (-2,4%). Assim, em 2016, 41,9%, das dormidas em Anadia ocorreram durante os meses de verão (julho a setembro).

Tabela 27 - Indicadores de análise da procura turística em Anadia

Indicadores	Indicadores da Procura - Estabelecimentos Hoteleiros - Anadia						
	Ano 2013	Ano 2014	Var%	Ano 2015	Var%	Ano 2016	Var%
Dormidas (Nº)	54 224	63 784	17,63	65 803	3,17	70 576	7,25
Hóspedes (Nº)	29 370	32 830	11,78	33 565	2,24	36 153	7,71
Estada Média (Nº noites)	1,900	1,943	0,043	2,000	0,057	2,000	0,000
Proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros (€)	2 325 000,00 €	2 801 000,00 €	20,47	2 775 000,00 €	-0,93	3 138 000,00 €	13,08
Taxa líquida de ocupação-cama (%)	14,1	17,5	3,4	19,8	2,3	20,9	1,1
Proporção de dormidas entre julho-setembro (%)	41,3	43,4	2,1	41,0	-2,4	41,9	0,9

Fonte: INE (2018)

5.3 Caracterização das termas da Curia

5.3.1 Localização geográfica e descrição

A sociedade das águas da Curia está **localizada** no Centro do país, em plena região da Bairrada, nomeadamente na União de Freguesias de Tamengos, Aguim e Óis do Bairro, em Anadia. Está localizada a 108 km do Porto e a 230 km de Lisboa, numa propriedade de 14 hectares de uma densa mata com espaços abertos onde se podem praticar algumas atividades desportivas (Hotel Termas da Curia, 2018). No interior desta sociedade situam-se as Termas da Curia (Figura 16) (estabelecimento Termal e *Buvette*), o Hotel das Termas – Curia, o Parque das Termas da Curia (com um lago artificial com cerca de 1 km de perímetro) e o Campo de Golfe da Curia (Termas de Portugal, 2018).

As **águas** da ETC são mineromedicinais, de natureza sulfatada cálcica e magnésica, com uma temperatura de 19° C, PH: 7,2 e mineralização total: $\pm 1900\text{mg/L}$ (Termas de Portugal, 2018). Estas águas são especialmente indicadas para o tratamento das seguintes doenças e respetivas patologias:

- Doenças metabólico-endócrinas;
- Cálculos e infeções urinárias;
- Hipertensão arterial;
- Doenças reumáticas e músculo-esqueléticas;
- Doenças do aparelho circulatório.

O complexo turístico das termas inclui também um **hotel** fortemente vocacionado para a saúde e para os negócios (Hotel Termas da Curia, 2018). O hotel tem 102 quartos, todos eles com uma vista deslumbrante para o Parque da Curia. Atualmente, disponibiliza quatro salas de reunião, bem como um restaurante, um bar, um café e um snack-bar. Este último tem como principal função o apoio ao lago/piscinas e, por esse motivo, está aberto somente nos meses de verão (Hotel Termas da Curia, 2018).

O **Parque** possui uma ilha situada no meio do lago (Figura 17), unida às margens por pontes típicas, na qual é possível encontrar um circuito de manutenção, um *court* de ténis, um campo polivalente e um jardim infantil (Figura 15). A uma distância de 800 metros é possível ter acesso ao campo de golfe (Hotel Termas da Curia, 2018).



Figura 15 – Repuxo e parque infantil da ETC

Fonte: Autor.



Figura 16 – *Buvette* e estabelecimento termal da ETC

Fonte: Autor; Booking (2018).



Figura 17 – Lago e parque da ETC

Fonte: Autor.

5.3.2 Oferta de serviços

A riqueza das águas das Termas da Curia faz como que estas sejam indicadas para o tratamento de determinadas doenças e patologias.

Assim, segundo o Hotel Termas da Curia (2018), a ETC oferece os seguintes **serviços**:

- Ingestão oral de água (hidropinia);
- Hidrobalneoterapia - banhos de imersão (com duche subaquático e bolha de ar);
- Hidromassagem;
- Duches (escocês de jato ou crivo, de leque e *vichy*);
- Exercícios de reabilitação na piscina;
- *Bertholet*, manilúvio e pedilúvio e sauna.

São ainda oferecidos outros serviços que podem complementar os anteriormente referidos, tais como:

- Eletroterapia - calores húmidos, trações cervicais e lombares, ultrassons, ondas curtas, micro-ondas, ultravioletas, infravermelhos, correntes diadinâmicas e pressoterapia simples ou com massagem de drenagem linfática;
- Massagens – Relaxamento (geral e parcial), massagem de tonificação muscular e massagem geotermal.

Ao nível do Spa, as características das águas permitem repousar e cuidar do bem-estar numa vertente da prevenção de doenças, através de programas antisstress e de relaxamento (Hotel Termas da Curia, 2018). Atualmente, a ETC oferece três programas de saúde e bem-estar, através dos quais as pessoas podem usufruir de uma combinação de serviços, incluindo refeições, alojamento e serviços associados às termas. Estes programas estão disponíveis no *Website* das Termas de Portugal (2018), dirigindo-se à ETC ou consultando o folheto disponibilizado (Figura 18 em anexo).

Atualmente, os **programas** disponíveis na ETC são os seguintes:

- **Day Spa (1 dia)** inclui:
 - Almoço ou jantar no Hotel das Termas da Curia
 - Termas SPA:
 - 1 sessão de ginásio;
 - 1 hidromassagem;
 - 1 duche *Vichy*;
 - 1 duche Escocês;
- **Programa Saúde + (7 ou 14 noites)** inclui:
 - Alojamento com meia pensão no Hotel das Termas da Curia;
 - Consulta médica;
 - Hidropinia (ingestão de água mineral natural);
 - 3 tratamentos termais por dia (de acordo com a prescrição médica);
 - Acesso livre à sauna e ginásio (exceto quando desaconselhado pelo médico);
- **Just Wellness (1, 2, 3 ou 4 noites)** inclui:
 - Alojamento com meia pensão no Hotel das Termas da Curia;
 - Aconselhamento médico (exclusivo para o programa de 4 noites);
 - Escolha de uma destas opções diárias:
 - 1 Hidromassagem ou piscina (1 por dia);
 - 1 duche Escocês ou Leque (1 por dia);
 - 1 duche Massagem Vichy ou Massagem geral ou pressoterapia com drenagem (1 por dia);
 - Ginásio ou Sauna (todos os dias).

As **receitas** geradas pelos serviços oferecidos pela ETC aumentaram, em 2014, cerca de 49 mil euros, registando-se um total de receitas geradas de 355 247,91€. Contudo, o ano de 2015 registou uma redução de -19 228,00€ nas receitas totais. Em 2016, a ETC registou um novo aumento das receitas, tendo gerado 336 256,00€ (Tabela 28).

Tabela 28 - Receitas totais geradas com a estâncias termal da Curia

Receitas em € geradas com a estância termal da Curia			
Anos	2014	2015	2016
Receitas totais €	355 247,91 €	336 019,00 €	336 256,00 €
Variação em relação a 2013	48 933,19 €	-19 228,00 €	236,00 €

Fonte: DGEG (2018)

5.3.3 Procura turística

A análise da procura turística das termas da Curia tem por base os dados estatísticos disponíveis pela DGEG, nomeadamente a frequência termal e a distribuição por grupos etários.

No que respeita à frequência termal (número de inscrições) e, de acordo com a Tabela 29, observa-se uma diminuição gradual do número de inscrições no termalismo clássico, apesar de este ser consideravelmente superior ao termalismo de bem-estar. O maior decréscimo verificou-se entre os anos de 2014 e 2015, com -84 inscrições. Por sua vez, o termalismo de bem-estar apresenta um constante aumento entre 2014 e 2016, tendo no ano de 2015 registado um aumento de 184 inscrições face ao ano anterior. No ano de 2015 registou-se um total de 1642 inscrições.

Tabela 29 – Análise da procura turística nas Termas da Curia: frequência termal

Frequência Termal nas Termas da Curia			
Anos	2014	2015	2016
Termalismo clássico N° inscrições	1197	1113	1071
Variação com ano anterior	31	-84	-42
Termalismo bem-estar N° inscrições	345	529	595
Variação com ano anterior	-34	184	66
Total N° inscrições	1542	1642	1666
Variação com ano anterior	-3	100	24

Fonte: DGEG (2018)

Relativamente à distribuição por grupos etários (Tabela 30), a procura pelas termas da Curia não é homogénea e varia consoante o tipo de termalismo. Verifica-se, no período temporal em análise, que a procura total do termalismo clássico continua a ser superior ao termalismo de bem-estar. Contudo, este último tem registado um aumento gradual da procura, em detrimento do clássico. Tanto em 2015 como em 2016, o termalismo clássico foi procurado por todos os grupos etários, contudo, é evidentemente superior a partir do grupo etário dos 45-65 anos. Por outro lado, o termalismo de bem-estar é procurado sobretudo por indivíduos cujos grupos etários se situam abaixo deste (<45 anos). De salientar que o grupo etário ≤ 15 anos não apresenta uma procura relevante, tendo sido procurado por sete indivíduos em 2016.

Tabela 30 - Análise da procura turística nas Termas da Curia: distribuição por grupos etários

Distribuição por grupos etários nas Termas da Curia						
Anos	2015			2016		
	Termalismo clássico	Termalismo de bem-estar	Total	Termalismo clássico	Termalismo de bem-estar	Total
≤ 15 anos	0	0	0	7	0	7
16-25 anos	3	35	38	20	91	111
26-35 anos	12	112	124	71	115	186
36-44 anos	34	283	317	172	290	462
45-65 anos	254	99	353	408	99	507
66-74 anos	435	0	435	393	0	393
≥ 75 anos	375	0	375	0	0	0
Total	1113	529	1642	1071	595	1666

Fonte: DGEG (2018)

5.4 Conclusão

O município de Anadia tem uma localização privilegiada no distrito de Aveiro. É um concelho que tem registado um aumento da população residente. A estrutura económica do município apresenta uma diminuição evidente das atividades económicas ligadas ao setor primário e, por sua vez, um aumento gradual das atividades económicas dos setores secundário e terciário.

No que concerne às acessibilidades e infraestruturas, salienta-se uma aposta do município de Anadia na mobilidade interna, através de iniciativas e projetos relevantes para os cidadãos e na aproximação externa a outros municípios, através de parcerias e melhorias nas redes viárias locais e nacionais.

Anadia é um município que tem alguns equipamentos e serviços de saúde públicos e privados, bem como farmácias e parafarmácias. Disponibiliza, também, postos da GNR e uma corporação de bombeiros.

Relativamente à oferta turística, o município de Anadia apresenta um vasto património natural e cultural, destacando-se as estâncias termais, os monumentos classificados, a gastronomia e vinhos singular e diversas atividades culturais, desportivas e recreativas. Salientam-se, ainda, as atividades associadas ao enoturismo e às termas como diferenciadoras de Anadia. Este concelho possui ainda alguns equipamentos culturais e recreativos, nos quais se realizam festas e romarias, feiras e mercados, bem como outros eventos culturais e recreativos. Ao nível dos equipamentos e serviços de apoio, Anadia disponibiliza diversos tipos de unidades de alojamento, estabelecimentos de restauração e bebidas, empresas de animação turística, agências de viagem e empresas de rent-a-car.

Os indicadores da procura turística revelam um crescimento da procura pelo município de Anadia e o indicador “proporção de dormidas entre julho e setembro” indica que a maior parte das dormidas no município ocorreram entre os meses de julho e setembro.

A ETC está localizada no município de Anadia e apresenta águas cujo quimismo se encontra indicado para o tratamento de variadas patologias. Esta estância termal está inserida num parque e atualmente está associada ao Hotel. O parque apresenta outros equipamentos que lhe conferem singularidade, como é o caso da ilha, do *court* de ténis e do campo de golfe.

A ETC oferece uma gama de serviços-base que podem ser complementados com eletroterapia e massagens. Atualmente, disponibiliza apenas 3 programas de saúde e bem-estar. Os serviços oferecidos geraram receitas que possibilitaram a obtenção de um saldo bastante positivo com algumas oscilações nos últimos anos.

Ao nível da procura pela ETC, conclui-se que houve um crescimento do número de inscrições no termalismo clássico, sendo que este é procurado por todos os grupos etários, evidenciando-se o grupo etário dos 45-65 anos. Por outro lado, o termalismo de bem-estar é mais procurado por indivíduos com idades inferiores aos 45 anos.

Capítulo 6 Apresentação e análise dos resultados

6.1 Introdução

A análise dos 178 questionários respondidos por utilizadores da ETC será discutida neste capítulo que se encontra dividido em cinco partes.

Inicialmente, será feita uma caracterização sociodemográfica da amostra, onde serão apresentadas as variáveis sociodemográficas. De seguida, procura-se compreender a experiência anterior em estâncias termais e a experiência na ETC. Para analisar o que já foi referido, foi realizada uma análise descritiva, através do cálculo de frequências.

Posteriormente, e de forma a avaliar a satisfação e fidelização relativamente à ETC, foi feita, primeiramente, uma análise fatorial dos itens que representam a satisfação com a ETC e outra análise fatorial dos itens que representam a satisfação com o território da Curia (território envolvente da ETC). O objetivo destas análises é identificar fatores de satisfação com a ETC e fatores de satisfação com o território da Curia. Posteriormente, foi realizada uma análise descritiva destes fatores e itens relacionados com a satisfação, incluindo os itens que não foram integrados na análise fatorial, sendo apresentados os valores de média e desvio padrão. Para os itens associados à fidelização, não se procedeu a uma análise fatorial, tendo sido apenas calculado o *Cronbach's alpha* para verificar se as variáveis de cada fator estavam correlacionadas. Para os itens da fidelização são apresentados também os valores da média e desvio padrão.

Com o objetivo de conseguir identificar grupos homogêneos de pessoas que se encontram na ETC quanto à sua satisfação com a ETC e território, recorreu-se a uma análise de *Clusters* que, de seguida, foram comparados utilizando testes T e testes de qui-quadrado. Após a análise dos valores dos testes, será possível concluir se existem diferenças estatisticamente significativas entre os grupos.

A compreensão do comportamento de uma variável dependente a partir de uma ou mais variáveis independentes, será feita através de uma análise de regressão linear, tendo por base os fatores criados na análise fatorial (tópico 6.4). Para perceber de que forma é que os fatores que representam a satisfação com a ETC influenciam a satisfação geral com a ETC, e de que forma os fatores que representam a satisfação com o território da Curia influenciam a

satisfação geral com esse território, foram realizadas regressões lineares múltiplas. Também para compreender de que forma a satisfação geral com a ETC e com o território exercem influência na fidelização à ETC e ao território, foi também feita uma regressão linear múltipla.

Por último, e tendo por base o grau de satisfação dos utilizadores da ETC, são apresentados os problemas identificados, bem como sugestões de melhoria que visam colmatar estes mesmos problemas.

6.2 Caracterização sociodemográfica da amostra

No que diz respeito à **caracterização sociodemográfica** procurou-se, neste estudo, perceber algumas características da amostra.

De acordo com a Tabela 31, a maior parte dos inquiridos ($\approx 62\%$, $N=110$) são do **género** feminino, e a maioria **reside**, atualmente, em Portugal (99,4%). Apenas um inquirido apresenta residência fora de Portugal. Os concelhos de residência mais frequentes são Lisboa (9,1%), Pombal (8%), Aveiro (6,8%), Coimbra (6,3%), Seia (4,5%) e Figueira da Foz (4%). Castelo Branco, Oliveira do Bairro e Almeirim são concelhos de residência que correspondem, individualmente, a 3,4% da amostra. Os restantes concelhos correspondem a 51,1% da amostra.

Tabela 31 - Caracterização sociodemográfica da amostra: género, país de residência e concelho de residência

	N	%
Género		
Masculino	68	38,2%
Feminino	110	61,8%
País de residência		
Portugal	177	99,4%
Suiça	1	0,6%
Concelho de residência		
Aveiro	12	6,8%
Pombal	14	8,0%
Coimbra	11	6,3%
Lisboa	16	9,1%
Figª Foz	7	4,0%
Almeirim	6	3,4%
Oliveira Bairro	6	3,4%
Seia	8	4,5%
Castelo Branco	6	3,4%
Outros concelhos	90	51,1%

Fonte: Autor.

Através da análise da Tabela 32 é possível perceber que a maior parte dos inquiridos apresenta **habilitações literárias** “entre o 1º e 4º ano de escolaridade” (55,6%) e quarenta inquiridos (22,5%) apresentam habilitações literárias “entre o 5º e 9º ano de escolaridade”. Apenas 8,4% têm um curso superior, a maioria licenciatura (6,7%).

No que respeita à **situação perante o trabalho**, 75,3% dos inquiridos estão reformados, 19,1% afirmam estar empregados e apenas um dos respondentes a este inquérito afirma que se encontra desempregado. Observa-se que 9 inquiridos (5,1%) responderam “outra situação” perante o trabalho.

Relativamente à **idade**, a maioria dos inquiridos tem entre 61 e 80 anos, tendo 42,7% da amostra uma idade entre os 71-80 anos e 27,5% apresenta idades entre os 61-70 anos. Apenas 3,5% da amostra tem 40 anos ou menos.

Tabela 32 - Caracterização sociodemográfica da amostra: habilitações literárias, situação perante o trabalho e idade

	N	%
Habilitações literárias		
Inferiores ao 1º ano de escolaridade	8	4,5%
Entre o 1º e 4º ano de escolaridade	99	55,6%
Entre o 5º e 9º ano de escolaridade	40	22,5%
Entre o 10º e o 12º ano de escolaridade	14	7,9%
Licenciatura	12	6,7%
Mestrado	2	1,1%
Doutoramento	1	0,6%
Outras	2	1,1%
Situação perante o trabalho		
Empregado(a)	34	19,1%
Desempregado(a)	1	0,6%
Reformado(a)	134	75,3%
Outra	9	5,1%
Idade		
≤30 anos	2	1,2%
31-40 anos	4	2,3%
41-50 anos	16	8,9%
51-60 anos	16	8,9%
61-70 anos	49	27,5%
71-80 anos	76	42,7%
>80	15	8,5%

Fonte: Autor.

6.3 Experiência anterior em estâncias termais e na Curia (ETC e território)

Através da análise da **experiência anterior em estâncias termais** (Tabela 33), observa-se que a maior parte dos inquiridos visitou, uma vez, uma estância termal em 2017 (67%). De salientar que apenas 10 inquiridos, o que corresponde a 6%, no ano de 2017, não visitaram nenhuma estância termal.

Tabela 33 – Experiência anterior em estâncias termais

	N	%
Nº de vezes que foi a uma estância termal em 2017		
Nenhuma vez	10	6%
Uma vez	119	67%
Duas vezes	38	22%
Mais de duas vezes	10	6%

Fonte: Autor.

Relativamente à **experiência anterior na Curia**, de acordo com a Tabela 34, é possível perceber que a grande maioria dos inquiridos já visitou a ETC anteriormente (80,2%) e apenas 19,8% está pela primeira vez na ETC.

Tabela 34 – Experiência em estâncias termais e na Curia: primeira vez que está na ETC

	N	%
Primeira vez que está na ETC		
Não	142	80,2%
Sim	35	19,8%

Fonte: Autor.

Tendo por base a Tabela 35, observa-se que a maior parte dos inquiridos revelam ter **tomado conhecimento da ETC** através do aconselhamento médico (71,3%) ou por familiares e amigos (49,4%). A internet foi fonte de informação para 9% dos inquiridos e os agentes de viagem para 5,1%. Apenas 2 inquiridos afirmam ter como fonte de informação a promoção feita pela própria estância e 3 inquiridos usaram outras fontes de informação. De salientar que nenhum dos inquiridos obteve informações através da divulgação municipal.

Tabela 35 - Fontes de informação para obter informação sobre a ETC

Fontes de informação	N	%
Aconselhamento médico		
Não	51	28,7%
Sim	127	71,3%
Promoção feita pela própria estância		
Não	176	98,9%
Sim	2	1,1%
Recomendação de familiares e amigos		
Não	90	50,6%
Sim	88	49,4%
Divulgação municipal/do município		
Não	178	100%
Sim	0	0%
Agentes de viagem		
Não	169	94,9%
Sim	9	5,1%
Internet		
Não	162	91%
Sim	16	9%
Outra fonte		
Não	175	98,3%
Sim	3	1,7%

Fonte: Autor.

Relativamente aos **serviços que utilizaram durante a sua estada** na ETC sabe-se, através da análise da Tabela 36, que 92,1% dos inquiridos se encontravam a fazer ingestão oral de água, 37,6% estavam a usufruir do serviço de duches e 31,5% usufruíam de massagens. Por outro lado, apenas 17,4% dos inquiridos estavam a usufruir de hidromassagens e 13,5% da piscina de reabilitação. O serviço de eletroterapia estava a ser usufruído por 6,2% dos inquiridos e 3,9% usufruíram de piscina de subaquático. Apenas 2,2% usufruíram do serviço de hidrobalneoterapia e 0,6% admite estar a usufruir de outro serviço termal.

Tabela 36 - Serviços que está a utilizar na ETC

	N	%
Serviços que está a utilizar na ETC		
Ingestão oral de água		
Não	14	7,9%
Sim	164	92,1%
Hidrobalneoterapia - banhos de imersão		
Não	174	97,8%
Sim	4	2,2%
Hidromassagem		
Não	147	82,6%
Sim	31	17,4%
Duches - escocês de jato ou crivo, de leque ou vichy		
Não	111	62,4%
Sim	67	37,6%
Piscina de reabilitação		
Não	154	86,5%
Sim	24	13,5%
Piscina com subaquático - Bertholet, manilúvio e pedilúvio e sauna		
Não	171	96,1%
Sim	7	3,9%
Eletroterapia		
Não	167	93,8%
Sim	11	6,2%
Massagens		
Não	122	68,5%
Sim	56	31,5%
Outro serviço termal		
Não	177	99,4%
Sim	1	0,6%

Fonte: Autor.

Relativamente às **motivações para visitar e utilizar a ETC**, a maioria dos inquiridos (66,9%) respondeu ser a saúde – vertente cura e 44,9%, a saúde vertente prevenção (Tabela 37). Apenas para 27% dos inquiridos, o lazer/relaxamento são motivo para utilizar os serviços da ETC.

Tabela 37 - Motivos para utilizar os serviços da ETC

	N	%
Motivos para utilizar os serviços da ETC		
Saúde - Vertente prevenção		
Não	98	55,1%
Sim	80	44,9%
Saúde - Vertente cura		
Não	59	33,1%
Sim	119	66,9%
Lazer/Relaxamento		
Não	130	73%
Sim	48	27%
Outro motivo		
Não	178	100%
Sim	0	0%

Fonte: Autor.

No que respeita ao **alojamento**, é possível observar, através da Tabela 38, que 82,5% da amostra estava alojada na Curia e a sua maioria optou por estar alojado em casas particulares (53,4%), seguindo-se o “alojamento local” (33,6%) e o hotel (12,3%). Apenas um inquirido esteve alojado numa unidade de turismo rural.

Tabela 38 - Alojamento utilizado na Curia

	N	%
Alojamento na Curia		
Está alojado na Curia		
Não	31	17,5%
Sim	146	82,5%
Tipo de alojamento onde se encontra hospedado		
Hotel	18	12,3%
Casa particular	78	53,4%
Turismo rural	1	0,7%
Alojamento local	49	33,6%

Fonte: Autor.

Relativamente às **atividades realizadas no território da Curia**, a maior parte dos inquiridos (60,1%) mencionou as caminhadas em rotas/percursos pedestres. As respostas de “participação num outro evento”, da “prova de um prato típico” e da “prova de um doce típico” obtiverem uma percentagem de 11,2%, individualmente (Tabela 39). Passear de bicicleta foi uma atividade realizada por 10,1% da amostra, seguida da visita a um museu (8,4%) e participação em festas e romarias (6,2%). A atividade de visitar monumentos foi realizada por 5 inquiridos, 4 inquiridos visitaram uma unidade de enoturismo, 2 participaram na degustação/prova de vinhos e apenas 1 admite ter praticado golfe. Observa-se ainda, que 4 inquiridos praticam outras atividades que não as anteriormente mencionadas.

Tabela 39 - Atividades realizadas no território da Curia

	N	%
Atividades no território da Curia		
Fazer caminhadas em rotas / percursos pedestres		
Não	71	39,9%
Sim	107	60,1%
Participar em festas e romarias		
Não	167	93,8%
Sim	11	6,2%
Participar num outro evento		
Não	158	88,8%
Sim	20	11,2%
Provar um prato típico		
Não	158	88,8%
Sim	20	11,2%
Provar um doce típico		
Não	158	88,8%
Sim	20	11,2%
Visitar uma unidade de enoturismo - casas, quintas		
Não	174	97,8%
Sim	4	2,2%
Degustar/provar vinhos		
Não	176	98,9%
Sim	2	1,1%
Visitar um museu		
Não	162	91%
Sim	15	8,4%
Passear de bicicleta		
Não	160	89,9%
Sim	18	10,1%
Visitar monumentos		
Não	173	97,2%
Sim	5	2,8%
Praticar golfe		
Não	176	99,4%
Sim	1	0,6%
Outra atividade		
Não	174	97,8%
Sim	4	2,2%

Fonte: Autor.

6.4 Satisfação e fidelização relativamente à ETC e ao território da Curia

A avaliação da satisfação quanto à ETC e quanto ao território envolvente foi medida tendo por base uma escala de *Likert* em que 1 corresponde a “nada satisfeito” e 7 corresponde a “muito satisfeito”.

Para identificar fatores que representem bem um elevado número de itens relativos à **satisfação com a estância termal** realizou-se uma análise fatorial de componentes principais com rotação varimax. Fez-se o mesmo procedimento para identificar fatores que representem bem os itens relativos à satisfação com o território.

A **análise fatorial** tendo por base as variáveis da ETC (Tabela 40) fez emergir duas dimensões (fatores): (i) Serviço na ETC; (ii) Equipamentos na ETC. O fator do serviço está relacionado com os tratamentos e programas disponíveis, com o preço e com itens relacionados com os recursos humanos, nomeadamente os seus conhecimentos e competências e a sua disponibilidade e assistência. O fator dos equipamentos está relacionado com a qualidade e com a segurança das instalações e equipamentos. Ambas as dimensões apresentaram boa confiabilidade, com um *Cronbach's alpha* acima de 0,7 e explicam cerca de 68% dos itens incluídos na análise fatorial para as variáveis da ETC.

Tabela 40 – Análise fatorial para as variáveis de satisfação com a ETC

	Comunalidades	Factor loading	Eigenvalue	Variância acumulada explicada (%)	Cronbach's Alpha
F1: Serviço na ETC			4,422	40,199	0,899
Especialização e técnicas usadas	0,645	0,697			
Tratamentos disponíveis	0,777	0,881			
Programas disponíveis	0,773	0,879			
Relação qualidade-preço na estância	0,607	0,760			
Conhecimentos e competências dos recursos humanos	0,512	0,682			
Disponibilidade e assistência prestada pelos recursos humanos	0,635	0,794			
Personalização do serviço	0,657	0,759			
F2: Equipamentos na ETC			3,023	67,682	0,861
Segurança das instalações	0,602	0,775			
Qualidade dos equipamentos	0,854	0,92			
Qualidade das instalações	0,835	0,900			
Ambiente	0,548	0,667			
KMO: 0,824		Bartlett's test of sphericity: 1315,195 (p=0,000)			

Fonte: Autor.

A **análise fatorial** relativa às variáveis do **território da Curia** (Tabela 41) originou duas dimensões (fatores): (i) Atrações existentes no território da Curia e (ii) Infraestruturas e equipamentos de apoio no território da Curia. O fator das atrações está relacionado com o património natural e cultural e com a gastronomia. O fator das infraestruturas e equipamentos de apoio está relacionado com as acessibilidades, a qualidade dos equipamentos de apoio e com a relação qualidade-preço. Se, por um lado, a primeira dimensão apresenta um *Cronbach's Alpha* de 0,895, portanto acima de 0,7, a segunda dimensão apresenta um valor de 0,63 (inferior a 0,7) devido ao número reduzido de variáveis que compõem esta dimensão. No entanto, este valor é aceitável em estudos exploratórios em que os fatores são compostos por um reduzido número de itens. Estas duas dimensões explicam cerca de 70% da variância dos itens incluídos na análise fatorial relativa ao território da Curia.

Tabela 41 - Análise fatorial para as variáveis de satisfação com o território

	Comunalidades	Factor loading	Eigenvalue	Variância acumulada explicada (%)	Cronbach's Alpha
F1: Atrações no território da Curia			3,534	44,180	0,895
Clima	0,770	0,875			
Paisagem	0,805	0,838			
Património natural	0,807	0,835			
Património cultural construído	0,775	0,868			
Gastronomia	0,694	0,688			
F2: Infraestruturas e equipamentos de apoio no território da Curia			2,071	70,068	0,63
Acessibilidade	0,520	0,648			
Qualidade dos equipamentos de apoio	0,485	0,696			
Relação qualidade-preço no território	0,750	0,840			
KMO: 0,763		Bartlett's test of sphericity: 895,740 (p= 0,000)			

Fonte: Autor.

Os resultados obtidos através das análises fatoriais demonstram que existe correlação entre as variáveis, uma vez que o teste de esfericidade de Bartlett apresenta um nível de significância de 0,000 e os valores do KMO apresentam-se superiores a 0,7, o que significa que existe uma correlação considerável entre as variáveis incluídas na análise fatorial. Os valores das comunalidades eram superiores a 0,5, exceto uma comunalidade, cujo valor era 0,485 e, que, portanto, estava muito próxima de 0,5.

É de notar que, em ambas as análises, foram excluídos alguns itens da análise, na maioria dos casos por não terem uma correlação considerável com nenhum fator ou por terem comunalidades baixas.

De acordo com a Tabela 42 observa-se que, de uma maneira geral, os inquiridos apresentam-se **satisfeitos com a ETC**. No entanto, e tendo por base os dois fatores criados, as variáveis associadas aos equipamentos na ETC apresentam uma média ligeiramente superior (6,39) quando comparadas com as variáveis associadas ao serviço prestado na ETC (6,06) com desvios-padrão de 0,775 e 0,848, respetivamente. Isto significa que os inquiridos estão ligeiramente mais satisfeitos com a ETC do que com o território da Curia. Considerando os itens incluídos na análise fatorial, os itens em que se verificou uma média mais baixa, embora não baixa, foram dois itens relacionados com o serviço, designadamente a relação qualidade-preço na ETC (5,49) e a especialização e técnicas usadas (5,83).

No que respeita aos itens não incluídos nos fatores, é de salientar as atividades recreativas, como sendo a variável que apresenta o valor de média mais baixo (4,07 e desvio padrão de 1,907). Por outro lado, a qualidade da água apresenta a média mais elevada (6,89 e desvio-padrão de 0,334). A água é, assim, um recurso com muito potencial. Ao nível da satisfação geral com a ETC, os indivíduos consideram-se satisfeitos com uma média de 6,37 e desvio padrão de 0,817.

Tabela 42 - Análise descritiva: satisfação com a ETC

Satisfação ETC	Média	Desvio Padrão
F1: Serviço prestado na ETC	6,06	0,848
Especialização e técnicas usadas	5,83	1,022
Tratamentos disponíveis	6,17	1,095
Programas disponíveis	6,10	1,087
Relação qualidade-preço na estância	5,49	1,345
Conhecimentos e competências dos recursos humanos	6,11	1,102
Disponibilidade e assistência prestada pelos recursos humanos	6,63	0,772
Personalização do serviço	6,09	0,951
F2: Equipamentos na ETC	6,39	0,775
Segurança das instalações	6,63	0,661
Qualidade dos equipamentos	6,30	1,031
Qualidade das instalações	6,22	1,020
Ambiente	6,38	1,005
Itens não incluídos em nenhum fator		
Qualidade da água	6,89	0,334
Limpeza das instalações	6,68	0,641
Diversidade dos serviços prestados	6,32	0,880
Qualidade dos serviços prestados	6,22	0,751
Atividades recreativas	4,07	1,907
Simpatia dos recursos humanos	6,75	0,609
Satisfação geral com a ETC	6,37	0,817

Fonte: Autor.

Relativamente à **satisfação com o território**, e considerando a mesma escala de *Likert*, constata-se, através da análise da Tabela 43, que os inquiridos também estão consideravelmente satisfeitos com o território da Curia. No entanto, apresentam mais satisfação com as atrações existentes no território da Curia (média de 6,76 e um desvio-padrão de 0,581) e relativamente menos satisfeitos com as infraestruturas e equipamentos de apoio no território da Curia (média de 6,00 e um desvio padrão de 0,795). Os itens não incluídos nos fatores revelam que os inquiridos estão menos satisfeitos com as atividades desportivas no território (média de 5,71 e desvio-padrão de 1,028), com os serviços de transporte local (média de 5,79 e desvio-padrão de 1,287) e atividades recreativas e culturais (média de 5,81 e desvio-padrão de 1,053), apresentando-se mais satisfeitos relativamente à segurança no território (6,24 e um desvio-padrão de 0,980). Ao nível da satisfação geral com o território, os indivíduos apresentam-se satisfeitos com uma média de 6,40 e um desvio-padrão de 0,747.

Embora os inquiridos estejam quase tão satisfeitos com o território como com a estância, as atrações existentes no território parecem ser, sem dúvida, o que mais satisfaz os respondentes.

Tabela 43 - Análise descritiva: satisfação com o território envolvente

Satisfação com o território envolvente	Média	Desvio Padrão
F1: Atrações no território da Curia	6,76	0,581
Clima	6,80	0,707
Paisagem	6,83	0,550
Património natural	6,83	0,492
Património cultural construído	6,74	0,720
Gastronomia	6,61	0,845
F2: Infraestruturas e equipamentos de apoio no território da Curia	6,00	0,795
Acessibilidade	6,53	0,829
Qualidade dos equipamentos de apoio	5,50	1,313
Relação qualidade-preço no território	5,98	0,882
Itens não incluídos em nenhum fator		
Atividades recreativas e culturais	5,81	1,053
Atividades desportivas	5,71	1,028
Serviço de transportes local	5,79	1,287
Tipo de alojamento disponível	5,99	1,096
Qualidade do alojamento	6,10	1,011
Serviço prestado no alojamento	6,06	1,058
Segurança no território	6,24	0,980
Satisfação geral com o território	6,40	0,747

Fonte: Autor.

Para avaliar as variáveis associadas à **fidelização** com a ETC e com o território da Curia, recorreu-se a uma escala de *Likert* em que 1 corresponde a “muito improvável” e 7 corresponde a “muito provável”.

Primeiramente, para verificar se as variáveis da fidelização estão muito correlacionadas entre si, calculou-se o *Cronbach's alpha* das variáveis relacionadas com a recomendação da ETC e do território da Curia a outras pessoas e a possibilidade de regresso à ETC e ao território da Curia, bem como a reutilização dos serviços fornecidos por ambos, o que revela que há uma grande correlação entre as variáveis deste construto. Assim, e tendo por base a análise da Tabela 44, observa-se que, de uma maneira geral, os inquiridos recomendam a ETC e o território da Curia a outras pessoas e consideram provável regressar e utilizar os serviços fornecidos pela ETC e pelo território, com a “fidelização” a apresentar uma média de 6,39 e um desvio-padrão de 0,972. Contudo, a variável que apresenta uma média mais elevada diz respeito a “recomendar a Curia a outras pessoas” (6,66 e desvio-padrão de 0,706). Por outro lado, a variável “regressar à Curia e utilizar novamente os serviços fornecidos no destino” é a

que apresenta uma média mais baixa (6,02 e um desvio-padrão de 1,758). Este resultado pode dever-se ao facto de muitos inquiridos não utilizarem muitos serviços no destino, utilizando sobretudo os serviços da ETC.

Tabela 44 - Análise descritiva: fidelização

	Média	Desvio padrão
Fidelização	6,39	0,972
Recomendar a Curia a outras pessoas	6,66	0,706
Recomendar a ETC a outras pessoas	6,59	0,877
Regressar à Curia e utilizar novamente os serviços fornecidos no destino	6,02	1,758
Regressar à Curia e utilizar novamente os serviços fornecidos pela ETC	6,3	1,486

Fonte: Autor.

6.5 Segmentação do mercado da ETC em termos de satisfação

De forma a conseguir identificar grupos homogéneos de inquiridos quanto à sua satisfação com a estância e com o território, foi realizada uma **análise de *clusters*** hierárquica. A formação dos *clusters* teve por base as **dimensões da satisfação originadas pelas análises fatoriais** (serviço na ETC; equipamentos na ETC; atrações no território da Curia; infraestruturas e equipamentos de apoio no território da Curia). Nesta análise, adotou-se o método de *Ward* e a *Squared Euclidean Distance*. A tabela de aglomeração revelou que era apropriado considerar a solução de dois *clusters*.

Com o objetivo de **identificar as diferenças estatisticamente significativas entre os dois grupos**, quanto à satisfação e restantes variáveis do questionário, foram realizados testes T e testes de qui-quadrado. Só são apresentados os testes em que se cumprem os pressupostos do teste do qui-quadrado. Os que não cumprem os pressupostos estão identificados nas tabelas como não válidos (NV).

Relativamente à **satisfação com a ETC** e com o **território da Curia** e à **fidelização**, os valores de p do teste T são $\leq 0,05$ para todos os fatores da satisfação e para o construto da fidelização (resultante do cálculo da média de todos os itens relativos à fidelização) e, por

isso, assume-se que existem diferenças estatisticamente significativas entre os grupos ao nível de todos estes fatores e construtos. Nas variáveis “satisfação geral com a ETC” e “satisfação geral com o território da Curia” o valor de p do teste T é também $\leq 0,05$, verificando-se, portanto que, nestas variáveis, também existem diferenças estatisticamente significativas entre os grupos. Desta forma, e considerando uma escala de 1 a 7, em que 1 corresponde a “nada satisfeito” e 7 corresponde a “muito satisfeito”, é possível perceber que os indivíduos que compõem o *Cluster 1* apresentam médias mais altas em todos os itens analisados do que o *Cluster 2*, pelo que os indivíduos do *Cluster 1* foram designados de “mais satisfeitos” e os do *Cluster 2* de “menos satisfeitos” (Tabela 45).

Considerando a escala em que 1 corresponde a “muito improvável” e 7 corresponde a “muito provável”, é possível perceber que os indivíduos do *Cluster 1* apresentam uma maior probabilidade de recomendar e regressar à ETC e ao território da Curia do que os do *Cluster 2* (Tabela 45)

Tabela 45 - Comparação dos *clusters* ao nível da satisfação com a ETC e com o território e da fidelização

	Cluster 1	Cluster 2			
	Mais satisfeitos	Menos satisfeitos	Tipo de teste	Valor do teste	Valor de p
	N=106 59,6%	N=72 40,4%			
Satisfação com a ETC			Teste T		
F1: Serviço na ETC	6,6	5,3		12,156	0,000
F2: Equipamentos na ETC	6,7	6,0		6,313	0,000
Satisfação geral com a ETC	6,8	5,8		9,164	0,000
Satisfação com o território da Curia			Teste T		
F1: Atrações no território da Curia	6,9	6,5		3,811	0,000
F2: Infraestruturas e equipamentos de apoio do território da Curia	6,3	5,6		5,726	0,000
Satisfação geral com o território da Curia	6,7	6,0		6,353	0,000
Fidelização			Teste T		
Fidelização com a ETC e território da Curia	6,7	6,0		4,773	0,000

Fonte: Autor.

Na variável “**primeira vez na ETC**”, tal como se pode observar na Tabela 46, há um valor de $p \leq 0,05$, ou seja, existem diferenças estatisticamente significativas entre os grupos. O *Cluster 1* – “mais satisfeito” apresenta uma maior percentagem de pessoas que já visitaram a Curia antes, do que o *Cluster 2* – “menos satisfeitos”.

Tabela 46 – Comparação dos *clusters* ao nível da experiência da experiência anterior nas estâncias termais e na ETC

	Cluster 1	Cluster 2			
	Mais satisfeito	Menos satisfeito	Tipo de teste	Valor do teste	Valor de p
	N=106 59,6%	N=72 40,4%			
Número de idas a uma estância termal em 2017			Qui-Quadrado		
Nenhuma vez	40,0%	60,0%		NV	
Uma vez	67,2%	32,8%			
Duas vezes	50,0%	50,0%			
Mais de duas vezes	30,0%	70,0%			
Primeira vez na ETC			Qui-Quadrado	4,901	0,027
Sim	42,9%	57,1%			
Não	63,4%	36,6%			

NV= não valido

Fonte: Autor.

Ao nível das **fontes de conhecimento utilizadas para obter informação sobre a ETC**, como se pode verificar na Tabela 47, o aconselhamento médico e a internet apresentam um valor de $p \leq 0,05$ ou seja, existem diferenças estatisticamente significativas entre os grupos nestas variáveis. Há uma maior percentagem de pessoas no *Cluster 1*, cuja principal fonte de conhecimento é o aconselhamento médico. Por sua vez, o *Cluster 2* tende mais a utilizar a Internet que os restantes inquiridos.

Tabela 47 - Comparação dos *clusters* ao nível das fontes de conhecimento da ETC

	Cluster 1	Cluster 2	Tipo de teste	Valor do teste	Valor de p
	Mais satisfeito	Menos satisfeito			
	N=106 59,6%	N=72 40,4%			
Fontes de conhecimento da ETC					
Aconselhamento Médico			Qui-Quadrado	7,994	0,005
Sim	66,1%	33,9%			
Não	43,1%	56,9%			
Promoção feita pela própria estância termal			Qui-Quadrado	NV	
Sim	50,0%	50,0%			
Não	59,7%	40,3%			
Recomendação de familiares e amigos			Qui-Quadrado	0,238	0,626
Sim	61,4%	38,6%			
Não	57,8%	42,2%			
Divulgação municipal/ do município			Qui-Quadrado	NV	
Sim	0%	0%			
Não	59,6%	40,4%			
Agentes de viagem			Qui-Quadrado	NV	
Sim	11,1%	88,9%			
Não	62,1%	37,9%			
Internet			Qui-Quadrado	16,157	0,000
Sim	12,5%	87,5%			
Não	64,2%	35,8%			
Outra fonte			Qui-Quadrado	NV	
Sim	0%	100%			
Não	60,6%	39,4%			

NV= não valido

Fonte: Autor.

Relativamente ao tipo de **serviços utilizados na ETC**, existem diferenças estatisticamente significativas no serviço ingestão oral de água, que apresenta um valor de $p \leq 0,05$, como é possível verificar na Tabela 48. Há uma maior percentagem de pessoas a utilizar este serviço no *Cluster 1* do que no *Cluster 2*. Os restantes serviços apresentam um valor de $p > 0,05$ e, por isso, não há diferenças estatisticamente significativas entre os grupos, no que respeita à utilização desses serviços.

Tabela 48 - Comparação dos *clusters* ao nível dos serviços utilizados

Tipo de serviços que está a utilizar	Cluster 1	Cluster 2	Tipo de teste	Valor do teste	Valor de p
	Mais satisfeito	Menos satisfeito			
	N=106 59,6%	N=72 40,4%			
Ingestão oral de água			Qui-Quadrado	9,168	0,002
Sim	62,8%	37,2%			
Não	21,4%	78,6%			
Hidrobalneoterapia - banhos de imersão			Qui-Quadrado	NV	
Sim	75,0%	25,0%			
Não	59,2%	40,8%			
Hidromassagem			Qui-Quadrado	0,982	0,322
Sim	51,6%	48,4%			
Não	61,2%	38,8%			
Duches			Qui-Quadrado	0,956	0,328
Sim	64,2%	35,8%			
Não	56,8%	43,2%			
Piscina de reabilitação			Qui-Quadrado	2,167	0,141
Sim	45,8%	54,2%			
Não	61,7%	38,3%			
Piscina com subaquático			Qui-Quadrado	NV	
Sim	28,6%	71,4%			
Não	60,8%	39,2%			
Eletroterapia			Qui-Quadrado	NV	
Sim	36,4%	63,6%			
Não	61,1%	38,9%			
Massagens			Qui-Quadrado	1,213	0,271
Sim	53,6%	46,4%			
Não	62,3%	37,7%			
Outro			Qui-Quadrado	NV	
Sim	0%	100%			
Não	59,9%	40,1%			

NV= não valido

Fonte: Autor.

No que concerne às **motivações para visitar e utilizar a ETC**, o valor de p é $\leq 0,05$ na saúde - vertente cura, o que significa que existem diferenças estatisticamente significativas entre os grupos (Tabela 49). Há uma maior percentagem de pessoas, cujo motivo é a saúde – vertente cura no *Cluster 1* do que no *Cluster 2*.

Tabela 49 - Comparação dos *clusters* ao nível dos motivos de utilização dos serviços da estância termal

	Cluster 1	Cluster 2	Tipo de teste	Valor do teste	Valor de p
	Mais satisfeito	Menos satisfeito			
	N=106 59,6%	N=72 40,4%			
Motivos para utilizar os serviços da estância termal					
Saúde - vertente prevenção			Qui-Quadrado	1,064	0,302
Sim	63,7%	36,3%			
Não	56,1%	43,9%			
Saúde - vertente cura			Qui-Quadrado	3,961	0,047
Sim	64,7%	35,3%			
Não	49,2%	50,8%			
Lazer/relaxamento			Qui-Quadrado	1,382	0,240
Sim	66,7%	33,3%			
Não	56,9%	43,1%			
Outro			Qui-Quadrado	NV	
Sim	0%	0%			
Não	59,6%	40,4%			

NV= não valido

Fonte: Autor.

Relativamente ao número de noites em que os inquiridos permanecem na Curia, o valor de p do teste T é 0,100, ou seja, $>0,05$ (Tabela 50). Consequentemente, não existem diferenças estatisticamente significativas entre os grupos.

Tabela 50 - Comparação dos *clusters* ao nível da duração da estada na Curia

	Cluster 1	Cluster 2	Tipo de teste	Valor do teste	Valor de p
	Mais satisfeito	Menos satisfeito			
	N=106 59,6%	N=72 40,4%			
Duração da estada na Curia			Teste T	1,662	0,100
Número de noites	14,7	13,4			

Fonte: Autor.

No que concerne ao **alojamento utilizado na Curia**, também não existem diferenças estatisticamente significativas, pois o valor de p é $>0,05$ (Tabela 51).

Tabela 51 – Comparação dos *clusters* ao nível do alojamento utilizado na Curia

	Cluster 1	Cluster 2	Tipo de teste	Valor do teste	Valor de p
	Mais satisfeito	Menos satisfeito			
	N=106 59,6%	N=72 40,4%			
Alojamento na Curia					
Sim	58,9%	41,1%	Qui-Quadrado	0,335	0,563
Não	64,5%	35,5%			

Fonte: Autor.

Ao nível das **atividades realizadas no território da Curia**, apenas serão comentados os resultados relativos às atividades “provar um doce típico” e “andar de bicicleta”, por estas apresentarem um valor de $p \leq 0,05$ e, desta forma, existem diferenças estatisticamente significativas entre os grupos nestas atividades (Tabela 52). Em ambas as atividades, há uma maior percentagem de pessoas a praticar estas atividades no *Cluster 2* do que no *Cluster 1*.

Tabela 52 - Comparação dos *clusters* ao nível das atividades realizadas no território da Curia

	Cluster 1	Cluster 2	Tipo de teste	Valor do teste	Valor de p
	Mais satisfeito	Menos satisfeito			
	N=106 59,6%	N=72 40,4%			
Atividades realizadas no território da Curia					
Fazer caminhadas em rotas/percursos pedestres			Qui-Quadrado	3,182	0,074
Sim	54,2%	45,8%			
Não	67,6%	32,4%			
Participar em festas e romarias			Qui-Quadrado	NV	
Sim	36,4%	63,6%			
Não	61,1%	38,9%			
Participar num outro evento			Qui-Quadrado	0,194	0,660
Sim	55,0%	45,0%			
Não	60,1%	39,9%			
Provar um prato típico			Qui-Quadrado	0,853	0,356
Sim	50,0%	50,0%			
Não	60,8%	39,2%			
Provar um doce típico			Qui-Quadrado	8,168	0,004
Sim	30,0%	70,0%			
Não	63,3%	36,7%			
Visitar uma unidade de enoturismo			Qui-Quadrado	NV	
Sim	75,0%	25,0%			
Não	59,2%	40,8%			
Degustar/provar vinhos			Qui-Quadrado	2,978	0,084
Sim	0%	100%			
Não	60,2%	39,8%			
Visitar um museu			Qui-Quadrado	NV	
Sim	60,0%	40,0%			
Não	59,9%	40,1%			
Passear de bicicleta			Qui-Quadrado	8,392	0,004
Sim	27,8%	72,2%			
Não	63,1%	36,9%			
Visitar monumentos			Qui-Quadrado	NV	
Sim	40,0%	60,0%			
Não	60,1%	39,9%			
Praticar golfe			Qui-Quadrado	NV	
Sim	0	100%			
Não	59,7%	40,3%			
Outra			Qui-Quadrado	NV	
Sim	25,0%	75,0%			
Não	60,3%	39,7%			

NV= não valido

Fonte: Autor.

Em relação ao **género** o valor obtido de p é $>0,05$ e, desta forma, não existem diferenças estatisticamente significativas entre os grupos. Por outro lado, ao nível da **idade**, o valor de p do teste T é $\leq 0,05$ e, por isso, considera-se que existem diferenças estatisticamente significativas entre os grupos. É possível observar que a média de idades do *Cluster 1* (71 anos) é superior à média de idades do *Cluster 2* (64 anos), tal como se pode verificar na Tabela 53.

No que diz respeito às variáveis “habilitações literárias” e “situação perante o trabalho”, foram aglomeradas algumas das opções de resposta, de forma a tornar o teste válido e, posteriormente, permitir a sua análise. Ambos os valores de p são $\leq 0,05$ e, por isso, assume-se que existem diferenças estatisticamente significativas entre os grupos. Assim, há uma maior percentagem de pessoas com habilitações literárias correspondentes ao “1º ciclo ou inferior” no *Cluster 1* do que no *Cluster 2*. Também se verifica que existe uma maior percentagem de pessoas que apresentam uma situação perante o trabalho de “Reformado(a)” no *Cluster 1* do que no *Cluster 2*, como se observa na Tabela 53.

Tabela 53 - Comparação dos *clusters* ao nível das variáveis sociodemográficas

	Cluster 1 Mais satisfeitos N=106 59,6%	Cluster 2 Menos satisfeitos N=72 40,4%	Tipo de teste	Valor do teste	Valor de p
Género			Qui-Quadrado	0,615	0,433
Masculino	55,9%	44,1%			
Feminino	61,8%	38,2%			
País de Residência			Qui-Quadrado	NV	
Portugal	59,7%	40,3%			
Outro país - Suíça	100%	0%			
Idade			Teste T	3,832	0,000
Anos	71	64			
Habilitações literárias			Qui-Quadrado	3,837	0,050
1º ciclo ou inferior	65,4%	34,6%			
Superiores ao 1º ciclo	50,7%	49,3%			
Situação perante o trabalho			Qui-Quadrado	6,501	0,011
Reformado(a)	64,9%	35,1%			
Outra situação	43,2%	56,8%			

NV= não valido

Fonte: Autor.

6.6 Influência da satisfação na fidelização relativamente à ETC e território da Curia

Com o objetivo de compreender o comportamento de uma variável dependente a partir de uma ou mais variáveis independentes, recorre-se à regressão linear. Através desta análise procurou-se compreender de que forma os fatores de satisfação com a ETC e com o território influenciam as correspondentes satisfações gerais (com a ETC e com o território). Posteriormente, procurou-se compreender de que forma estas últimas variáveis influenciam a variável dependente “fidelização”.

A Tabela 54 apresenta a **regressão linear** que tem como **variável dependente** a “**satisfação geral com a ETC**” e como **variáveis independentes** os **fatores (F1 e F2) que representam a satisfação com a ETC**. Tendo em conta o diagnóstico do modelo, é possível observar que o coeficiente de determinação (R^2) apresenta um valor de 0,593, o que significa que 59,3% de variação da variável dependente é explicada pelas variáveis independentes. Por outro lado, o valor de p do *F-statistic* apresenta-se $\leq 0,05$, o que indica que as variáveis independentes têm uma influência na variável dependente. Após a validação dos pressupostos associados à regressão linear, já é possível analisar os valores de p do teste T que, neste caso se apresentam $\leq 0,05$, o que significa que ambos os fatores apresentam uma influência na variável dependente (“satisfação geral com a ETC”). É também possível observar que quando aumenta uma unidade em F1 (serviço) e F2 (equipamentos), a satisfação geral com a ETC terá um aumento de 0,548 e 0,265, respetivamente. Isto revela que o serviço tem mais impacto na satisfação com a ETC do que os equipamentos.

Tabela 54 - Influência dos fatores de satisfação com a ETC na satisfação geral na ETC

Fatores da satisfação com a ETC	Coeficientes não standardizados		Coeficientes standardizados	<i>t</i>	Valor de <i>p</i>
	B	Desvio-padrão	Beta		
F1: Serviço prestado na ETC	0,548	0,048	0,623	11,468	0,000
F2: Equipamentos na ETC	0,265	0,056	0,256	4,720	0,000
Constante	1,398	0,353		3,957	0,000
Diagnóstico do modelo					
N	173				
R	0,770				
R^2	0,593				
F-statistic (valor de p)	123,685(0,000)				
Multicolinearidade					
Tolerância (todas as variáveis)	> 0,8				
VIF (todas as variáveis)	<1,3				

Variável dependente: Satisfação geral na ETC.

Fonte: Autor.

A Tabela 55 apresenta a regressão linear que tem como **variável dependente** a “satisfação geral com o território” e como **variáveis independentes** os fatores (F1 e F2) associados ao território.

O diagnóstico do modelo apresenta um $R^2 = 0,544$, o que significa que 54,4% da variação da variável dependente é explicada pelas variáveis independentes. O valor de p do *F-statistic* também se apresenta $\leq 0,05$, o que significa que existe pelo menos uma variável independente que apresenta uma influência significativa na variável dependente. Após a análise dos pressupostos e posterior validação, é possível perceber, através os valores de p do teste T que os fatores apresentam um $p \leq 0,05$ e, por isso, ambos (F1 e F2) apresentam uma influência significativa na variável dependente “satisfação geral com o território”. É possível perceber, através do B dos coeficientes não standardizados que o aumento de uma unidade num dos fatores, vai implicar que o valor da constante aumente 0,727 (no caso do F1 - Atrações) e 0,261 (no caso do F2 – Infraestruturas e equipamentos de apoio).

Tabela 55 - Influência dos fatores de satisfação com o território na variável dependente satisfação geral com o território da Curia

Fatores da satisfação com o território	Coeficientes não standardizados		Coeficientes standardizados	<i>t</i>	Valor de <i>p</i>
	B	Desvio padrão	Beta		
F1: Atrações no território da Curia	0,727	0,074	0,565	9,769	0,000
F2: Infraestruturas e equipamentos de apoio no território da Curia	0,261	0,054	0,277	4,792	0,000
Constante	-0,075	0,454		-0,165	0,869
Diagnóstico do modelo					
N	178				
R	0,738				
R^2	0,544				
F-statistic (valor de p)	104.401(0.000)				
Multicolinearidade					
Tolerância (todas as variáveis)	> 0.7				
VIF (todas as variáveis)	<1.3				

Variável dependente: Satisfação geral com o território.

Fonte: Autor.

A **regressão linear** apresentada na Tabela 56 tem como **variável dependente** a “**fidelização**” e como **variáveis independentes** a “**satisfação geral com a ETC**” e a “**satisfação geral com o território**”. De acordo com o diagnóstico do modelo, este apresenta um $R^2=0,309$, o que significa que 30,9% da variação da variável fidelização é explicada pelas variáveis independentes. O valor de p do *F-statistics* apresenta-se $\leq 0,05$, indicando que as variáveis independentes têm influência na variável dependente. Os pressupostos para a validação desta análise verificam-se e, desta forma, analisando os valores de p relativos ao teste T, observa-se que ambos são $\leq 0,05$, ou seja, apresentam uma influência significativa na variável dependente. No entanto, a variável independente “satisfação geral com a ETC” apresenta uma influência mais significativa ($B=0,503$) na variável dependente “fidelização” do que a variável independente “satisfação geral com o território” ($B=0,165$).

Tabela 56 - Influência da satisfação geral com a ETC e território na fidelização

Fidelização	Coeficientes não standardizados		Coeficientes standardizados	<i>t</i>	Valor de <i>p</i>
	B	Desvio padrão	Beta		
Satisfação geral com a ETC	0,503	0,073	0,481	6,850	0,000
Satisfação geral com o território da Curia	0,165	0,080	0,146	2,074	0,040
Constante	2,218	0,541		4,102	0,000
Diagnóstico do modelo					
N	169				
R	0,556				
R^2	0,309				
F-statistic (valor de p)	37.050(0.000)				
Multicolinearidade					
Tolerância (todas as variáveis)	> 0.8				
VIF (todas as variáveis)	<1.2				

Variável dependente: Fidelização.

Fonte: Autor.

6.7 Propostas de melhoria

Com o objetivo de melhorar a satisfação com a ETC e com o território envolvente, foi feita uma análise das **propostas de melhoria apresentadas** pelos seus utilizadores.

No que concerne à **ETC**, denota-se na Tabela 57 que o item “Qualidade dos equipamentos” apresenta uma média de 6,30, numa escala de 1 a 7, em que 1 corresponde a “nada satisfeito” e 7 corresponde a “muito satisfeito”. Apesar de apresentar uma média bastante razoável, os utilizadores da ETC identificam problemas com a banheira, com as cadeiras da *Buvette*, com a casa de banho do parque e com o tamanho da piscina. Relativamente ao item “Ambiente”, que apresenta uma média de 6,38, são identificados problemas relacionados com o barulho na *Buvette*, a forma como as cadeiras estão dispostas neste espaço, a corrente de ar que nele se faz sentir e a entrada de pessoas nas salas de tratamento para conversas externas. O item “Qualidade das instalações” com uma média de 6,22 também é abordado, nomeadamente nas questões relacionadas com o cheiro e insetos da *Buvette*, o mobiliário antigo e a falta de informação. Em relação à “Limpeza das instalações”, com uma média de 6,68, foi mencionada a entrada de animais na *Buvette* e em relação às “Atividades recreativas”, com uma média de 4,07, foram mencionados problemas relativos à inexistência de atividades de entretenimento para os utilizadores através, por exemplo, do aproveitamento das antigas instalações (atualmente abandonadas). Foram, ainda mencionados problemas ao nível da “Especialização e técnicas usadas”, “Conhecimentos e competências dos recursos humanos” e “Personalização”, com médias de 5,83, 6,11 e 6,09, respetivamente. Estes problemas revelam falta de recursos humanos e existência de recursos humanos sem competência para desempenhar as suas funções. O item “Relação qualidade-preço na estância”, com uma média de 5,49, revela o desajuste do preço relativamente ao número de dias do tratamento. E, por último, é abordado o item “Tratamentos disponíveis”, com uma média de 6,17, relativamente ao qual é proposta a criação de hidroginástica, a requalificação do tratamento da piscina com subaquático e do tratamento do banho de bolha

Tabela 57 – Itens, problemas identificados e propostas de melhoria para a ETC

Estância Termal da Curia			
Itens alvo de propostas de melhoria	Média do item	Problema identificado	Propostas de melhoria
Qualidade dos equipamentos	6,30	Banheira para duche com escadas, o que dificulta o acesso a pessoas com problemas de mobilidade	Readaptar da banheira de duche
		As cadeiras da <i>Buvette</i> são desconfortáveis	Renovar as cadeiras da <i>Buvette</i>
		Casa de banho do parque está em mau estado com os canos a pingar e sem sabão	Requalificar a casa de banho do parque
		Piscina é muito pequena	Redimensionar a piscina
Ambiente	6,38	Existe muito barulho na <i>Buvette</i>	Criar um local destinado ao repouso e silêncio
		Disposição das cadeiras na <i>Buvette</i> faz lembrar o centro de saúde	Alterar a disposição das cadeiras na <i>Buvette</i>
		Há muita corrente de ar na <i>Buvette</i> e é obrigatório ter as portas abertas	Fechar ou encostar as portas da <i>Buvette</i>
		Entrada na sala das massagens a falar de assuntos externos	Proibir conversas paralelas nas salas de tratamento
Qualidade das instalações	6,22	<i>Buvette</i> tem cheiro desagradável em dias de calor	Limpar o lago
		<i>Buvette</i> com muitas moscas atraídas pelo cheiro desagradável	Limpar o lago
		O mobiliário é muito antigo	Modernizar o mobiliário existente
		Não existem informações sobre a água para as pessoas lerem e as pessoas que passam, por vezes, querem provar a água e isso não é permitido	Criar placas informativas e de proibição (ex: características da água e proibição explícita de dar água aos passantes)
Limpeza das instalações	6,68	A entrada de animais na <i>Buvette</i> causa desconforto	Restringir a entrada de animais na <i>Buvette</i>
Atividades recreativas	4,07	Poderia haver ateliês para ocupação nos tempos livres	Criar ateliês de pintura e costura
		Poderia haver uma sala de jogos para ocupação nos tempos livre	Criação de uma sala e compra de jogos de tabuleiro tradicionais
		Poderia haver um local para leitura de livros, jornais e revistas	Criar uma pequena biblioteca e um espaço de leitura
			Disponibilizar jornais informativos/desportivos e revistas
		Poderia existir uma sala de cinema e teatro para entretenimento	Criar uma sala de cinema e teatro através do aproveitamento das instalações abandonadas
		Podiam apresentar ranchos, filmes e peças de teatro	Apresentar esporadicamente filmes, peças de teatro e ranchos folclóricos
Especialização e técnicas usadas	5,83	Falta de pessoal e estão os estagiários a fazer tratamentos sem experiência e sem supervisão	Contratar recursos humanos
Conhecimentos e competências dos RH	6,11	RH sem competência para fazer determinados tratamentos	Capacitar os recursos humanos existentes
		Alguns RH querem despachar serviço	Recrutar recursos humanos devidamente formados
Personalização do serviço	6,09	RH não procuram falar com os utentes e ouvi-los para melhor adequar o serviço	Reestruturar recursos humanos
Relação qualidade-preço na estância	5,49	Os valores dos tratamentos não estão adequados ao número de dias recomendados pelo médico	Reajustar valores dos tratamentos ao número de dias recomendados
Tratamentos disponíveis	6,17	Deveria haver hidroginástica	Criar a atividade hidroginástica
		Tratamento da piscina com subaquático não tem qualidade	Requalificar o tratamento na piscina com subaquático
		No banho de bolha, as bolhas não atingem o corpo	Redirecionar as bolhas

Fonte: Autor.

Relativamente ao território da Curia, na Tabela 58 é possível observar que o item “Qualidade dos equipamentos de apoio”, com uma média de 5,50, revela problemas ao nível do número de restaurantes, caixas de multibanco e minimercados, bem como o facto do elevador da estação de comboios da Curia estar, atualmente, avariado. É também abordado o item “Acessibilidades”, com uma média de 6,53, onde é identificado o problema da inexistência de ligação ferroviária direta a Lisboa. Com uma média de 6,83, o item “Paisagem” revela problemas ao nível do lago, do caminho que permite a caminhada em torno do parque e a paisagem do parque que, na visão dos utilizadores, se está a degradar. Também é abordado o item “Segurança no território” com uma média de 6,24, sendo abordada a falta de policiamento, nomeadamente noturno. Por último, o item “Serviço de transportes local”, com uma média de 5,79, conclui-se que os utilizadores consideram não ter conhecimento da rede de transportes de Anadia.

De uma maneira geral, os utilizadores da ETC revelam que não é feita a correta promoção da estância termal e do território da Curia e que a sua correta difusão atrairia mais visitantes ao local. Desta forma, a valorização do património e o posterior desenvolvimento local permitiriam, a longo prazo, a redução das assimetrias regionais.

Tabela 58 - Itens, problemas identificados e propostas de melhoria para o território da Curia

Território da Curia			
Itens alvo de propostas de melhoria	Média do item	Problema identificado	Propostas de melhoria
Qualidade dos equipamentos de apoio	5,50	Faltam restaurantes	Incentivar a criação de restaurantes
		Faltam multibancos, pois fecharam o multibanco do posto de turismo e agora só existe um que nunca tem dinheiro	Instituir mais caixas de multibanco
		Só existe uma pequena loja na Curia para fazer compras	Incentivar a criação de mais minimercados
		Estação de comboios da Curia está com o elevador avariado	Reparar o elevador da estação de comboios
Acessibilidade	6,53	Comboio de Lisboa sem ligação direta à Curia	Apelar a uma ligação direta do comboio de Lisboa
Paisagem	6,83	Lago do parque está sujo e cheira mal	Limpar o lago
		O caminho à volta do parque não permite a passagem em determinadas alturas do ano	Pavimentar o caminho
		Paisagem do parque já esteve mais cuidada	Recuperar e manter a paisagem do parque
Segurança no território	6,24	Não se vê polícia	Solicitar um policiamento constante na Curia
Serviço de transportes local	5,79	Não há conhecimento da rede de transportes em Anadia	Promover o projeto AnadiaSim

Fonte: Autor.

6.8 Conclusão

A caracterização sociodemográfica da amostra permite concluir que a maioria dos inquiridos é do sexo feminino, predominando Portugal como país de residência e os concelhos de Lisboa, Pombal, Coimbra e Aveiro como os principais concelhos de onde são oriundos os inquiridos. A análise sociodemográfica revela ainda que a maioria dos inquiridos apresentam habilitações literárias “entre o 1º e 4º ano de escolaridade”, apresentam uma situação perante o trabalho predominantemente de “reforma” e possuem idades entre os 61-80 anos.

Relativamente à experiência anterior na Curia, conclui-se que a grande maioria dos inquiridos já visitou a ETC anteriormente e que a principal fonte de conhecimento da ETC foi o aconselhamento médico. Sabe-se também que o serviço mais frequentemente utilizado é a ingestão oral de água e que a principal motivação de utilização dos serviços da ETC é a saúde, especificamente a vertente cura. A maior parte dos inquiridos afirmam estar alojados na Curia e o meio de alojamento mais frequente são as casas particulares. Ao nível das atividades realizadas, salientam-se as caminhadas em rotas/percursos pedestres.

Concluiu-se que, de uma maneira geral, os inquiridos estão satisfeitos. Contudo, relativamente à ETC, os inquiridos apresentam-se mais satisfeitos relativamente aos equipamentos na ETC, do que relativamente ao serviço prestado na ETC. Em relação ao território, os inquiridos apresentam-se mais satisfeitos com as atrações existentes no território, do que com as infraestruturas e equipamentos de apoio no território da Curia

Com a análise de *Clusters* segmentaram-se os inquiridos em dois *clusters*. Conclui-se que estes *clusters* se distinguem, sobretudo, ao nível dos fatores que representam a satisfação com a ETC e com o território envolvente e, também, ao nível das seguintes dimensões: experiência na ETC (se já estiveram ou não anteriormente na ETC), utilização de diferentes fontes de conhecimento da ETC, serviços utilizados, motivações que os levam até à ETC, local de alojamento, duração da estada e algumas atividades realizadas na Curia. Estes *clusters* distinguem-se, ainda, em duas variáveis sociodemográficas, designadamente, a idade e a situação perante o trabalho.

De seguida, foram realizadas três regressões lineares. Com a primeira regressão linear, conclui-se que os fatores associados à ETC influenciam a variável dependente “Satisfação

geral com a ETC”. No entanto o fator “Serviço prestado na ETC” apresenta uma influência mais significativa. A segunda regressão linear revela que, apesar dos fatores associados ao território apresentarem influência na variável dependente “Satisfação geral com o território da Curia”, o fator “Atrações no território da Curia” apresenta uma influência mais significativa. Com a última regressão linear, conclui-se que a “Satisfação geral com a ETC” apresenta mais influência na variável dependente “Fidelização”, do que a “Satisfação com o território da Curia”.

Parte IV - Conclusões

Capítulo 7 Conclusões e implicações finais

7.1 Conclusões e implicações

O facto de o turismo de massas registar uma redução, tem dado origem a um **aumento gradual do turismo de saúde e bem-estar** (Antunes, 2003). Uma das principais formas de turismo de saúde e bem-estar é o **turismo termal** (Rivero et al., 2011). A **economia de bem-estar global** é muito relevante, tendo gerado, em 2015, 3,7 triliões de dólares, sendo que 536 mil milhões correspondem ao turismo de bem-estar e 51 mil milhões às fontes termais e minerais.

Mueller e Kaufmann (2001) consideram que os turistas no âmbito do **turismo de saúde** procuram tratar problemas de saúde (realizando, neste caso, **turismo médico**), ou preservar a saúde e prevenir doenças (realizando, neste caso, **turismo de bem-estar**). Para Ramos (2005), o termalismo assumiu uma vertente transversal e, para fazer face às novas exigências dos mercados e aos ritmos de vida, apresenta-se, atualmente, associado a dimensões de vida mais saudáveis.

Segundo Erfurt-Cooper e Cooper (2009), a **história das fontes termais** e o seu uso surgiram com as primeiras civilizações. Na Europa, a civilização Romana foi a responsável pela introdução de instalações balneares termais. O mesmo se verifica em Portugal, podendo-se assumir que o termalismo português teve o seu início na época romana (Ramos, 2005).

A **oferta do termalismo** permite concluir que na Europa, a Alemanha é o país que apresenta o maior valor em receitas (US \$6,823.7) e o maior número de estabelecimentos termais (1265). Em Portugal existem 35 estabelecimentos termais, que apresentam águas com características singulares, utilizadas no tratamento de inúmeras patologias.

O **mercado do termalismo** é bastante heterogéneo, sendo o termalismo procurado por indivíduos do sexo masculino ou feminino com idades entre os 25-64 anos, que são maioritariamente casados. Apresentam, também, níveis de habilitações literárias elevados e

rendimentos mensais elevados ocupando, normalmente, cargos ligados à gestão. São indivíduos que se deslocam até às estâncias termais normalmente acompanhados pela família ou amigos e habitualmente encontram-se familiarizados com os serviços da estância termal. Os principais motivos da viagem são a necessidade pessoal e o estilo de vida, bem como os preços e o desempenho dos prestadores de serviços.

A procura pelo termalismo em Portugal tem aumentado, tendo o termalismo de bem-estar aumentado a um ritmo superior, relativamente ao termalismo clássico. Há uma tendência evidente de crescente procura pelo termalismo de bem-estar por indivíduos com idades compreendidas entre os 15-44 anos e uma predominância de procura pelo termalismo clássico de indivíduos com idades superiores a 45 anos.

A **segmentação** de mercado pode ser feita, segundo Kotler e Armstrong (2008), através de variáveis geográficas, demográficas, psicográficas e comportamentais. No entanto, ao nível das variáveis psicográficas, não existem estudos conhecidos que segmentem o mercado do termalismo tendo por base a satisfação dos utilizadores. Neste sentido, esta dissertação acrescenta valor à investigação já desenvolvida no âmbito do termalismo.

Sendo o turismo uma área intrinsecamente de serviços, a análise da satisfação dos consumidores é um assunto relevante. A literatura sugere que atributos como água, as infraestruturas, os equipamentos e ambiente, os serviços, programas, tratamentos, atividades e os recursos humanos das estâncias termais podem influenciar a **satisfação** dos utilizadores **com as estâncias termais**. Por outro lado, atributos como a geografia, geologia e ecologia, os transportes, o alojamento, outras infraestruturas e equipamentos de apoio ao turismo, o preço, a saúde, higiene e segurança e as atividades e atrações turísticas podem influenciar a **satisfação** dos visitantes com um determinado destino termal, mais concretamente com o **território envolvente das estâncias termais**.

O **concelho de Anadia**, onde se insere o território da Curia, está localizado na NUT II Centro, no distrito de Aveiro, estando inserido na NUT III - Região de Aveiro. Este município tem registado um decréscimo da sua população, mas tem vindo a apresentar crescimentos significativos de determinadas atividades económicas, nomeadamente, atividades administrativas, atividades de saúde humana e atividades artísticas. As atividades económicas do setor do turismo também têm vindo a crescer. É um concelho com boas acessibilidades e infraestruturas, principalmente rodoviárias e ferroviárias. Está também dotado de serviços de saúde, segurança e proteção civil e apresenta uma grande variedade ao nível da oferta turística, com um vasto património natural e cultural. Apresenta, também, uma oferta

considerável ao nível dos equipamentos de apoio ao turismo, ao nível do alojamento, restauração, animação turística, agências de viagem e empresas rent-a-car. Face a esta oferta turística, a procura turística pelo concelho de Anadia também tem vindo a aumentar, facto este que se pode observar através do número de dormidas e número de hóspedes.

A **ETC** está localizada numa propriedade de 14 hectares de mata, onde estão localizados também o Hotel das Termas, o parque das Termas e um campo de golfe. Atualmente, estas empresas encontram-se sob gestão da Sociedade das Águas da Curia. Esta estância termal apresenta águas com características únicas para o tratamento de diversas patologias. Desta forma, esta estância termal apresenta uma gama variada de serviços termais, oferecendo também três programas, que têm como base a combinação de serviços, incluindo refeições, alojamento e os serviços associados às termas. A procura turística pela ETC tem vindo a aumentar e, apesar do termalismo clássico se manter preponderante, verifica-se um interesse crescente pelo termalismo de bem-estar. O termalismo clássico é procurado por todos os grupos etários, salientando-se uma maior procura por pessoas com idades compreendidas entre os 45-65 anos e o termalismo de bem-estar é sobretudo procurado por indivíduos com idades entre os 34-44 anos.

No **estudo empírico realizado no âmbito da presente dissertação**, o **instrumento de recolha de dados** utilizado foi o questionário, tendo sido realizado um inquérito por questionário aos utilizadores da ETC. A seleção dos indivíduos teve por base um método de amostragem não probabilístico, nomeadamente, o método por conveniência. Os dados foram analisados através de análises quantitativas, utilizando o *software* IBM SPSS.

No que diz respeito à **análise dos resultados**, a maior parte dos inquiridos são do sexo feminino, com residência em Portugal, salientando-se os seguintes concelhos de residência: Aveiro, Pombal, Coimbra e Lisboa. A maior parte dos inquiridos apresenta habilitações literárias “entre o 1º e 4º ano de escolaridade” e numa situação perante o trabalho de “reforma”. A maior parte dos inquiridos apresenta idades superiores ou iguais aos 61 anos. Verificou-se, também, uma predominância considerável de indivíduos, cuja visita à ETC é já habitual e uma predominância do “Aconselhamento médico” e da “Recomendação de familiares e amigos” como principais fontes de informação. Os tratamentos mais frequentemente utilizados são a “Ingestão de água”, “Duches – escocês, de jato ou crivo, de leque ou *vichy*” e as “Massagens”. Salienta-se o facto de nenhum dos inquiridos estar a usufruir de programas de spa. Conclui-se ainda que os principais motivos para a utilização da ETC são a “Saúde – Vertente cura” e a “Saúde – Vertente prevenção”. A maioria dos

inquiridos estava alojado na Curia e o tipo de alojamento mais predominante é a “Casa particular”. Relativamente às atividades no território da Curia, salientam-se as “Caminhadas em rotas/percursos pedestres”.

A análise da satisfação quanto à ETC e território envolvente, teve por base uma análise fatorial, que gerou dois fatores para a satisfação com a ETC e outros dois para a satisfação com o território envolvente da ETC. Os inquiridos estavam geralmente satisfeitos tanto com a ETC, como com o território. Relativamente à ETC, o F2: Equipamentos na ETC apresenta uma média de satisfação superior ao F1: Serviço prestado na ETC. Em relação ao território envolvente, o F1: Atrações no território da Curia, apresenta uma média de satisfação mais elevada que o F2: Infraestruturas e equipamentos de apoio no território da Curia. Os inquiridos revelam um grau de satisfação menor com itens relacionados com a “especialização e técnicas usadas” e com a “relação qualidade-preço da ETC” (F1: Serviço prestado na ETC), bem como com a “qualidade das instalações” e “qualidade dos equipamentos” (F2: Equipamentos na ETC). De salientar o item “atividades recreativas” que, apesar de não pertencer a nenhum dos fatores, apresenta o grau de satisfação mais baixo. Em relação ao território da Curia, os inquiridos revelam um grau de satisfação menor com a “gastronomia” (F1: Atrações no território da Curia) e com aspetos relacionados com a “qualidade dos equipamentos de apoio” e com a “relação qualidade-preço da ETC” (F2: Infraestruturas e equipamentos de apoio no território da Curia). Por outro lado, os itens não incluídos nos fatores que revelam níveis de satisfação mais baixos são as “atividades recreativas e culturais”, as “atividades desportivas”, o “serviço de transportes local” e o “tipo de alojamento disponível”. No que respeita à fidelização, existe uma probabilidade considerável de recomendação e regresso à ETC e ao território envolvente.

A análise de *Clusters* realizada, permitiu **segmentar o mercado**, tendo por base a satisfação, tendo sido gerados dois *clusters*. O *Cluster* 1 apresenta indivíduos “mais satisfeitos”, enquanto que no *Cluster* 2 estão incluídos os indivíduos “menos satisfeitos”. Os indivíduos que compõem o *Cluster* 1 tendem a ter tido uma experiência anterior na ETC, bem como a de ter tido como principais fontes de conhecimento da ETC o “aconselhamento médico” e a “recomendação de familiares e amigos”. Ao nível dos serviços utilizados, são indivíduos que tendem mais a utilizar os serviços de “ingestão oral de água” e “hidrobalneoterapia – banhos de imersão”, com maiores motivações ao nível da “saúde - vertente cura” e “lazer/relaxamento”. Genericamente, estes indivíduos tendem a alojar-se na

Curia e a possuir uma estada mais longa. São indivíduos que têm por hábito a realização de diversas atividades no território, que são mais velhos e apresentam-se reformados.

Através da análise das regressões, verificou-se que ambos os fatores da satisfação com a ETC apresentam influência na “Satisfação geral com a ETC”, no entanto, o F1: Serviço prestado na ETC, apresenta uma influência relativamente mais significativa. O mesmo se verifica com os fatores da satisfação com o território que apresentam uma influência na “Satisfação geral com o território”, sendo que o F1: atrações no território, apresenta uma influência ligeiramente mais significativa. Ao nível da fidelização, conclui-se que a “Satisfação geral com a ETC” apresenta uma influência mais considerável na fidelização do que a “Satisfação geral com o território”.

7.2 Recomendações

Os gestores de estâncias e destinos termais devem ter em consideração aspetos que visem a satisfação dos utilizadores que se deslocam até um destino termal para a realização de tratamentos. Nas estâncias termais é imprescindível não descurar, em primeira instância, aspetos relacionados com a higiene e limpeza das instalações, bem como com os conhecimentos e competências dos recursos humanos. Em segunda instância, é também fundamental a criação de atividades recreativas que visem a ocupação dos utilizadores nos períodos em que não estão em tratamento. Ao nível do território, é muito importante assegurar que o destino seja seguro e que apresente boas acessibilidades, bem como apresente equipamentos de apoio qualificados.

O estudo empírico e as propostas de melhoria sugeridas pelos inquiridos revelam a necessidade de melhorar alguns aspetos da ETC, visando mitigar a insatisfação de alguns utilizadores da ETC. A análise de frequências da satisfação com a ETC realça a necessidade de melhorar o serviço prestado na ETC, uma vez que este fator representa a dimensão da ETC com que os clientes revelam estar menos satisfeitos. Neste contexto, evidencia-se a necessidade de reestruturação dos recursos humanos, por exemplo através da capacitação/formação dos recursos humanos existentes ou de recrutamento de pessoal formado nas áreas específicas do setor de atividade da estância termal. A padronização do

preçário dos tratamentos aos períodos de sete ou quinze dias, torna evidente a necessidade de reajustar os preços destes mesmos tratamentos a períodos inferiores aos estipulados. O item das atividades recreativas, apesar de não estar incluído em nenhum dos fatores, apresenta o nível de satisfação mais baixo quando comparado com outros itens. Este item revela a necessidade de criação, por exemplo, de ateliês de pintura e costura, de uma sala com jogos tradicionais e de um espaço dedicado à leitura. Estas atividades são fundamentais, pois, uma vez que a maior parte dos inquiridos se encontram alojados na Curia, estas atividades ocupariam os tempos livres dos utilizadores no intervalo dos tratamentos e, ainda, o domingo à tarde, período em que a ETC se encontra encerrada.

No território da Curia, o fator infraestruturas e equipamentos de apoio é aquele com que os inquiridos estão menos satisfeitos. Por este motivo, é importante adotar medidas que visem colmatar a insatisfação com este fator. Neste sentido, é fundamental criar novos equipamentos de apoio e qualificar os existentes, através do incentivo à criação de estabelecimentos de restauração e à criação de lojas de bens de primeira necessidade (minimercados). A existência de apenas uma caixa de multibanco, torna imprescindível a instituição de mais caixas automáticas.

Através da análise de *Clusters* verificou-se que o *Cluster 2* é composto por indivíduos menos satisfeitos, que apresentam médias significativamente mais baixas nos fatores associados à satisfação que o *Cluster 1*. Por este motivo, devem ser colmatados os aspetos que estejam a contribuir para a sua insatisfação. Assim sendo, os indivíduos que compõem o *Cluster 2*, tendem a utilizar mais, como fonte de informação sobre a ETC, a Internet. Por este motivo, é indispensável dar particular atenção ao *website* da ETC, nomeadamente fazendo uma atualização dos seus conteúdos e desintegrá-lo do *website* do Hotel das Termas, uma vez que a maior parte dos indivíduos inquiridos não ficam hospedados no Hotel. Para além do *website*, deve ser melhorada a divulgação municipal, através da participação, por exemplo, em feiras, com o objetivo de promover a ETC e os seus serviços a um maior leque de possíveis utilizadores. Os indivíduos com um nível de satisfação mais baixo revelam uma menor tendência para utilizar certos tipos de serviços da ETC, designadamente a ingestão oral de água, do que os outros inquiridos. Isto indica que a ingestão oral de água pode gerar satisfação entre os utentes da ETC, devendo promover-se mais este serviço junto dos utentes menos satisfeitos, tendo, no entanto, sempre em atenção, o aconselhamento médico feito aos utentes.

As análises de regressão reforçam a necessidade de melhorar o serviço prestado na ETC, uma vez que este apresenta um impacte considerável na satisfação geral com a ETC. O

fator relacionado com as atrações apresenta um impacto considerável na satisfação geral com o território envolvente da ETC e, neste sentido, não deve ser descurado, apesar de os inquiridos apresentarem, relativamente às atrações, maiores níveis de satisfação. Deve continuar a ser feita uma aposta ao nível das atrações, nomeadamente na sua manutenção e preservação. Uma análise de regressão revela também o impacto considerável que a satisfação geral com a ETC tem na fidelização, o que, mais uma vez, reforça a crucial importância de assegurar a prestação de bons serviços na ETC, não só para garantir uma elevada satisfação com a ETC, mas também para fomentar a fidelização à ETC e ao território envolvente.

7.3 Limitações do estudo e sugestões de investigação futura

Algumas dificuldades na realização desta dissertação estão relacionadas com a deslocação até à Curia, com a administração dos questionários e com o acesso à informação.

A primeira dificuldade foi o facto de o processo para obter a autorização para a administração dos questionários ter sido moroso.

Relativamente à administração dos questionários, a primeira dificuldade encontrada foi a distância até à Curia (25km). Posteriormente, o facto de não haver sempre um número considerável de utilizadores na ETC, limitou o número de questionários aplicados. Observou-se, também, algum desconforto e receio por parte de alguns utilizadores a quem foram administrados os questionários.

Houve alguma dificuldade na obtenção de informação acerca da Sociedade das Águas da Curia, bem como sobre a procura turística da ETC, tendo esta que ser baseada nos dados disponíveis pela DGEG. Ainda no que diz respeito à informação, o facto do *website* da ETC estar em remodelação e a informação do *website* das Termas de Portugal estar desatualizada limitou o acesso a informação atual e de qualidade.

As principais limitações do estudo empírico realizado na presente dissertação são o facto de o estudo ter sido somente realizado numa estância termal e somente com base em questionários. Como sugestões de investigação futura prevê-se avançar com uma análise da satisfação de outras estâncias termais e destinos termais em Portugal, com o objetivo de conhecer o seu desenvolvimento e o momento que atravessam atualmente, procurando

perceber de que forma é que podem evoluir e ser um fator potenciador para o turismo local e para o posterior desenvolvimento local e regional. Propõe-se, também, completar a investigação com a realização de entrevistas aos utilizadores, de forma a compreender melhor as razões da sua satisfação ou insatisfação com os aspetos identificados.

Referências bibliográficas

- Adília Rita Cabral de Carvalho Viana Ramos. (2005). *O Termalismo em Portugal : Dos factores de obstrução à revitalização pela dimensão turística. Dissertação.*
- Administração Central do Sistema de Saúde (2011). Circular Normativa 22/2011.
- Alexandris, K., Dimitriadis, N., & Markata, D. (2002). Can perceptions of service quality predict behavioral intentions? An exploratory study in the hotel sector in Greece. *Managing Service Quality: An International Journal*, 12(4), 224–231. <https://doi.org/10.1108/09604520210434839>
- American Heritage Dictionary. (2018). Retrieved October 29, 2018, from <https://ahdictionary.com/word/search.html?q=wellness>
- Antunes, J. (2003). O turismo de saúde e bem-estar como factor de desenvolvimento : estudo da região Dão Lafões (NUTS III), 1281–1302.
- Assembleia da República. (2018). Despacho n.º 1492/2018.
- Bandaru, S., Gaur, A., Deb, K., Khare, V., Chougule, R., & Bandyopadhyay, P. (2015). Development, analysis and applications of a quantitative methodology for assessing customer satisfaction using evolutionary optimization. *Applied Soft Computing Journal*, 30, 265–278. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2015.01.014>
- Belber, B. G., & Turan, A. (2015). Identificação de Fatores Afetando o Nível Consumidor Satisfação em Térmica Negócios turísticos : Um Aplicativo em Kır şehir.
- Bertan, S., & Altıntaş, V. (2013). Visitors’ perception of a tourism destination: The case of Pamukkale. *Tourismos*, 8(1), 115–132.
- Bodeker, M. C. & G. (2008). *Understanding the global spa industry. Understanding the Global Spa Industry: Spa Management*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-8464-4.00003-5>
- Boekstein, M. S. (2015). Health and the motivation to visit thermal spring resorts in the Western Cape, South Africa. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation & Dance*, 21(1:2), 415–425. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=s3h&AN=103633099&lang=es>

&site=ehost-live

Booking. (2018). Retrieved December 10, 2018, from <https://www.booking.com/hotel/pt/das-termas-curia.pt-br.html>

Charles R. Goeldner, Ritchie, J. R. B. (2009). *Ninth Edition*. <https://doi.org/10.1136/bmj.1.5802.756-b>

Chen, K. H., Chang, F. H., & Liu, F. Y. (2015). Wellness tourism among seniors in Taiwan: Previous experience, service encounter expectations, organizational characteristics, employee characteristics, and customer satisfaction. *Sustainability (Switzerland)*, 7(8), 10576–10601. <https://doi.org/10.3390/su70810576>

Chen, K. H., Liu, H. H., & Chang, F. H. (2013). Essential customer service factors and the segmentation of older visitors within wellness tourism based on hot springs hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 122–132. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.05.013>

Chen, K. Y. (2014). Improving importance-performance analysis: The role of the zone of tolerance and competitor performance. The case of Taiwan's hot spring hotels. *Tourism Management*, 40, 260–272. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.009>

Cheng-Fei Lee, H.-I. H. & W.-C. C. (2010). The Determinants of Honeymoon Destination Choice—The Case of Taiwan. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8408(2). <https://doi.org/10.1080/10548408.2010.519303>

Clark-Kennedy, J., & Cohen, M. (2017). Indulgence or therapy? Exploring the characteristics, motivations and experiences of hot springs bathers in Victoria, Australia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(5), 501–511. <https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1276946>

Comboios de Portugal. (2018). Retrieved October 30, 2018, from <https://www.cp.pt/passageiros/pt>

Connell, J. (2011). *Medical Tourism*. Reino Unido: CABI.

Czeresnia, D. (2003). O conceito de saúde e a diferença entre prevenção e promoção. *Fourrages*, (124), 337–355. <https://doi.org/10.1590/S0102-311X1999000400004>

Dalfovo, M. S., Lana, R. A., & Silveira, A. (2008). Métodos Quantitativos e Qualitativos: um Resgate Teórico. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, 2(4), 1–13. Retrieved from

http://www.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/metodos_quantitativos_e_qualitativos_um_resgate_teorico.pdf

- de la Hoz Correa, A., & Muñoz Leiva, F. (2016). Análisis de los determinantes de la predisposición a visitar un destino de turismo de bienestar: Tipologías del turista potencial. *Tourism & Management Studies*, 12(2), 84–95. <https://doi.org/10.18089/tms.2016.12210>
- Della Corte, V. (2015). Customer Satisfaction in Tourist Destination: The Case of Tourism Offer in the City of Naples. *Journal of Investment and Management*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.11648/j.jim.s.2015040101.16>
- Dimitrovski, D., & Todorović, A. (2015). Clustering wellness tourists in spa environment. *Tourism Management Perspectives*, 16, 259–265. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.09.004>
- Direção Geral da Energia e Geologia. (2018). Retrieved October 30, 2018, from <http://www.dgeg.gov.pt/>
- Direção Geral do Património Cultural. (2018). Retrieved October 30, 2018, from <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/>
- Dryglas, D., & Salamaga, M. (2018). Segmentation by push motives in health tourism destinations: A case study of Polish spa resorts. *Journal of Destination Marketing and Management*, 9(4), 234–246. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.008>
- Dwayne A Baker, & John L Crompton. (2000). Quality, Satisfaction and Behavioural Intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804. <https://doi.org/10.1103/PhysRevA.93.032136>
- Eiamkanchanalai, S. (2010). Factors Influencing Customer Experience Management and Customer Experience Value. *Global Business & Economics Anthology*, 2(January 2010), 211–225.
- Emir, O., & Saraçlı, S. (2011). Determinants of customer satisfaction with thermal hotels. *Anatolia*, 22(1), 56–68. <https://doi.org/10.1080/13032917.2011.556221>
- Erbas, E., & Percin, L. S. (2015). Competitive Importance Performance Analysis (CIPA): An Illustration from Thermal Tourism Destinations. *Business and Economic Research Journal*, 6(4), 137–154.
- Evans-Platt, C. (1992). *Health and Fitness Centres: a guide to their management and*

operation. Reino Unido: Longman.

- Ferreira, C. (1995). Estilos de vida, práticas e representações sociais dos termalistas. O caso da Curia. *Revista Crítica de Ciências Sociais*. Retrieved from <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/10893>
- Galina Romanova, A. V. and F. D. (2009). Health and Wellness Tourism, (May), 400.
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2002). Defining Customer Satisfaction by Giese, 2000(1). <https://doi.org/10.1111/j.1365-2850.2008.01371.x>
- Global wellness institute. (2017). Global Wellness Economy Monitor. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(1), 23–42.
- Global Wellness Institute. (2018). Retrieved October 29, 2018, from <https://globalwellnessinstitute.org/>
- González, M. E. A., & Brea, J. A. F. (2006). Evaluación de la relación existente entre la calidad de servicio, la satisfacción y las intenciones de comportamiento en el ámbito del turismo termal, 15(3), 171–184.
- Google Maps. (2018). Retrieved October 30, 2018, from <https://www.google.com/maps>
- Guido, G. (2015). Customer Satisfaction. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition*, (January 2015), 630–632. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.73025-X>
- Hotel Termas da Curia (2018). Retrieved October 30, 2018, from <http://www.termasdacuria.com/hotel-overview.html>
- Huang, L., & Xu, H. (2014). A Cultural Perspective of Health and Wellness Tourism in China. *Journal of China Tourism Research*, 10(4), 493–510. <https://doi.org/10.1080/19388160.2014.951752>
- Huber, M., Knottnerus, J. A., Green, L., Horst, H. v. d., Jadad, A. R., Kromhout, D., ... Smid, H. (2011). How should we define health? *BMJ*, 343(jul26 2), d4163–d4163. <https://doi.org/10.1136/bmj.d4163>
- Huh, J., Thai, L., Reeder, B., Thompson, H. J., & Demiris, G. (2013). Perspectives on Wellness Self-Monitoring. *International Journal on Medical Informatics*, 82(11), 1–23. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2013.08.009>
- Instituto da Mobilidade e dos Transportes. (2018). Retrieved October 30, 2018, from <http://www.imt-ip.pt/sites/IMTT/Portugues/Paginas/IMTHome.aspx>

- Instituto Nacional de Estatística. (2018). Retrieved October 29, 2018, from https://ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine_main&xpid=INE
- International Spa Association. (2017). Retrieved December 4, 2018, from <https://experienceispa.com/>
- Jamkatelsh, B. P. (2018). An Analysis of the Customer Satisfaction from Service Quality of Himalaya Airlines. *International Journal of Social Sciences and Management*, 5(2), 69. <https://doi.org/10.3126/ijssm.v5i2.19641>
- Jane E. Myers, T. J. S. and J. M. W. (2000). The Wheel of Wellness Counseling for Wellness: A holistic model for treatment planning. *Ergonomics*, 43(3), 421–433. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.060606.135342>
- Kucukusta, D., & Denizci Guillet, B. (2016). Lifestyle Segmentation of Spa Users: A Study of Inbound Travelers to Hong Kong. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(3), 239–258. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1025087>
- Kumar, V., Aksoy, L., Donkers, B., Venkatesan, R., Wiesel, T., & Tillmanns, S. (2010). Undervalued or overvalued customers: Capturing total customer engagement value. *Journal of Service Research*, 13(3), 297–310. <https://doi.org/10.1177/1094670510375602>
- Law, R., & Yip, R. (2010). A Study of Satisfaction Level of Hong Kong Tourists with Hot Springs Hotels and Resorts in Guangdong , China. *FIU Hospitality Review*, 28(1), 83–107.
- Lee, C. F., Ou, W. M., & Huang, H. I. (2009). A study of destination attractiveness through domestic visitors' perspectives: The case of Taiwan's hot springs tourism sector. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14(1), 17–38. <https://doi.org/10.1080/10941660902727991>
- Lee, T. H. (2010). Assessing visitors' experiences at hot spring recreation areas in Taiwan. *International Journal of Tourism Research*, 12(2), 193–203. <https://doi.org/10.1002/jtr.748>
- Lim, Y. J., Kim, H. K., & Lee, T. J. (2016). Visitor Motivational Factors and Level of Satisfaction in Wellness Tourism: Comparison Between First-Time Visitors and Repeat Visitors. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(2), 137–156. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1029952>

- Magdalini, V., & Paris, T. (2009). The wellness tourism market in Greece - An interdisciplinary methodology approach. *Tourismos*, 4(4), 127–144.
- McQuitty, S., Finn, A., & Wiley, J. B. (2000). Systematically varying consumer satisfaction and its implications for product choice. *Academy of Marketing Science Review*, 2000(10), 1–16.
- Medical Tourism Magazine. (2015). Retrieved October 29, 2018, from <https://www.medicaltourismmag.com/defining-medical-tourism-another-approach/>
- Medina-Muñoz, D. R., & Medina-Muñoz, R. D. (2006). The attractiveness of Wellness Destinations: An importance-Performance-satisfaction approach. *Tourism*, 113(November 2012), 101–113. <https://doi.org/10.1002/jtr>
- Mueller, H., & Kaufmann, E. L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 5–17. <https://doi.org/10.1177/135676670100700101>
- Município de Anadia. (2014). Retrieved October 30, 2018, from <https://www.cm-anadia.pt/>
- Município de Anadia. (2015). Retrieved October 30, 2018, from <http://www.cm-anadia.pt/noticias2/601-1-revisao-do-pdm-publicacao>
- National Tourism Development Authority. (2007). Retrieved December 4, 2018, from <http://www.failteireland.ie/>
- Oh, H. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 18(1), 67–82. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(98\)00047-4](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(98)00047-4)
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction - A Behavioral Perspective on the Consumer*.
- Organização Mundial de Saúde. (2013). *WHO*. Retrieved from <http://www.who.int/portuguese/publications/pt/>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(September 2014), 12–40. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41.

<https://doi.org/10.2307/1251430>

- Patricia Erfurt-Cooper and Malcolm Cooper. (2009). *Health and wellness tourism: spas and hot springs*. Bristol: Channel View Publications.
- Philip Kotler, Gary Armstrong, V. W. and J. S. (2008). *Principles of Marketing* (5th Europe). Reino Unido: Pearson Education.
- Pirnar, I., Icoz, O., Icoz, O. (2008). The new tourist: impacts on the hospitality marketing strategies, (October), 1–16.
- Plan de negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia*. (2013).
- Público. (2017). Mais de 6000 pessoas pedem que SNS reponha comparticipação de tratamentos termais. *Público*, (Termas). Retrieved from <https://www.publico.pt/2017/09/27/sociedade/noticia/mais-de-6000-pessoas-pedem-que-sns-reponha-comparticipacao-de-tratamentos-termais-1786908>
- Publituris. (2013). A importância do turismo de saúde e bem-estar em Portugal. Retrieved October 29, 2018, from <https://www.publituris.pt/2013/08/09/a-importancia-do-turismo-de-saude-e-bem-estar-em-portugal/>
- Puczkó, M. S. and L. (2008). *Health and wellness tourism*. Holanda: Elsevier Scientific.
- Rahman, R. (2016). Customer Needs and Customer Satisfaction. *Theeranaipunya - A Capacity Building Training Programme Equipping the Fisher Women Youth for the Future*, (April), 259–262. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/303813023>
- Rivero, M. S., Rangel, C. R., & Caldito, L. A. (2011). Analysis of spa tourist motivations: a segmentation approach based on discriminant analysis. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 1(1), 93–110.
- Rota da Bairrada. (2018). Retrieved October 30, 2018, from <http://www.rotadabairrada.pt/?idioma=pt>
- Ryan, C. (1995). *Researchinf Tourist Satisfaction: issues, concepts, problems*. (Routledge, Ed.). Londres: Routledge.
- Shahrivar, R. B. (2016). Factors that influence tourist satisfaction, (January 2012).
- Silvestri, C., Aquilani, B., & Ruggieri, A. (2017). Service quality and customer satisfaction in thermal tourism. *TQM Journal*, 45(2), 227–241. <https://doi.org/10.1108/RSR/-10-2016-0070>

- Sun, G. S. S. & W. (2008). Tourists' Perceptions Towards Hotel Services in New Zealand. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 6480(5:4), 37–41. <https://doi.org/10.1300/J149v05n04>
- Tawil, R. F. (2011). Classifying the Hotel Spa Tourist: A multidimensional qualitative approach. *Russian Linguistics*, 1(2), 155–169. <https://doi.org/10.1007/BF02551669>
- Termas de Portugal. (2018). Retrieved October 29, 2018, from <http://www.termasdeportugal.pt/>
- The African Health Monitor. (2010). Retrieved October 29, 2018, from <http://ahm.afro.who.int/issue13/HTML/article4.html>
- Tkaczynski, A., Rundle-Thiele, S. R., & Beaumont, N. (2009). Segmentation: A tourism stakeholder view. *Tourism Management*, 30(2), 169–175. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.05.010>
- Tomasović Mrčela, N., Borovac, J. A., Vrdoljak, D., Grazio, S., Tikvica Luetić, A., & Tomek-Roksandić, S. (2015). When elders choose: Which factors could influence the decision-making among elderly in the selection of health tourism services? *Medical Hypotheses*, 85(6), 898–904. <https://doi.org/10.1016/j.mehy.2015.09.013>
- Transdev. (2018). Retrieved October 30, 2018, from <http://www.transdev.pt/>
- Turismo de Portugal. (2018). Retrieved October 29, 2018, from <https://www.turismodeportugal.pt/pt/Paginas/homepage.aspx>
- Voigt, C., Brown, G., & Howat, G. (2011). Wellness tourists: In search of transformation. *Tourism Review*, 66(October), 16–30. <https://doi.org/10.1108/16605371111127206>
- Voigt, C., & Mcom, C. V. (2008). Insights into wellness tourists : segmentation by benefits. *New Zealand Tourism & Hospitality Research Conference*.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>

ANEXOS

Anexo 1 – Instrumento de recolha de dados



universidade de aveiro
theoria poiesis praxis

Questionário nº ____ | Dia: ____ / ____ / ____ | Hora: ____ : ____

Este questionário insere-se num estudo que tem como objetivo avaliar a satisfação relativamente à Estância Termal da Curia (ETC) e território envolvente. Este estudo está a ser desenvolvido no âmbito de uma dissertação do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro. Os dados recolhidos são anónimos e confidenciais, sendo utilizados apenas para fins de investigação. A sua resposta é muito importante para a realização deste estudo. Obrigado pela colaboração!

Sara Lopes - Universidade de Aveiro

I. Experiência anterior em estâncias termais e experiência na estância termal da Curia e no território envolvente

Por favor, assinale com um X a opção que corresponde à sua resposta.

1. Em 2017 quantas vezes foi a uma estância termal?

Uma vez ☐ Duas vezes ☐ Mais de duas vezes ☐

2. É a primeira vez que vem para a estância termal da Curia?

Sim ☐ Não ☐

3. Como tomou conhecimento da estância termal da Curia?

Aconselhamento médico ☐ Divulgação municipal/ do município ☐
(ex. feiras)

Promoção feita pela própria estância termal ☐ Agentes de viagem ☐

Recomendação de familiares e amigos ☐ Internet ☐

Outra fonte ☐ Qual? _____

4. Indique o tipo de serviços/programas que está a utilizar na estância termal da Curia (ETC). (assinale com um X todos os serviços que utilizou ou vai utilizar durante esta visita à Curia)

Serviços termais	Programas de spa
Ingestão oral de água	Day Spa
Hidrobalneoterapia – banhos de imersão	Termas & Golfe
Hidromassagem	Spa & Relax
Duches (ex. escocês de jato ou crivo, de leque e Vichy)	Pausa pela sua saúde
Piscina de reabilitação	Pausa pela sua saúde & estética
Piscina com subaquático (ex. Bertholet, manilúvio e pedilúvio e sauna)	Termas & beleza
Eletroterapia	Anticelulítico
Massagens	Beleza & Rejuvenescimento
Outro. Qual? _____	Bem-estar & beleza
	Bem-estar & saúde
	Termas & emagrecimento
	Saúde & nutricionismo
	Dê saúde à sua saúde
	Outro. Qual? _____

1



universidade de aveiro
theoria poiesis praxis

5. Quais os motivos que o(a) levaram a utilizar os serviços desta estância termal? (pode escolher várias opções)

Saúde – Vertente prevenção ☐

Saúde – Vertente cura ☐

Lazer/relaxamento ☐

Outro. ☐ Qual? _____

6. Qual a duração da sua estada na Curia? _____ noites.

7. Está alojado(a) na Curia?

Sim ☐

Não ☐

8. Se respondeu sim à pergunta anterior, por favor, indique qual o tipo de alojamento em que se encontra hospedado: (se respondeu “não” passe à pergunta 9)

Hotel ☐

Casa particular ☐

Apartamento turístico Curia Clube ☐

Turismo rural ☐

Alojamento local ☐

Outro. ☐ Qual? _____

9. Indique que atividades já realizou no território da Curia.

Fazer caminhadas em rotas/percursos pedestres	
Participar em festas e romarias	
Participar num outro evento	
Provar um prato típico	
Provar um doce típico	
Visitar uma unidade de enoturismo (ex. casas, quintas)	
Degustar/provar vinhos	
Visitar um museu	
Passear de bicicleta	
Visitar monumentos	
Praticar golfe	
Outra: Qual?	

2



universidade de aveiro
theoria poiesis praxis

II. Avaliação da satisfação relativamente à estância termal da Curia

10. Em que medida é que está satisfeito(a) com os seguintes aspetos da estância termal da Curia? (Por favor, assinale em cada linha, com um círculo, a opção que corresponde ao seu grau de satisfação.)

	Nada satisfeito						Muito satisfeito
	1	2	3	4	5	6	7
Qualidade da água	1	2	3	4	5	6	7
Limpeza das instalações	1	2	3	4	5	6	7
Segurança das instalações	1	2	3	4	5	6	7
Qualidade dos equipamentos	1	2	3	4	5	6	7
Qualidade das instalações	1	2	3	4	5	6	7
Ambiente	1	2	3	4	5	6	7
Diversidade dos serviços prestados	1	2	3	4	5	6	7
Qualidade dos serviços prestados	1	2	3	4	5	6	7
Atividades recreativas	1	2	3	4	5	6	7
Especialização e técnicas usadas	1	2	3	4	5	6	7
Tratamentos disponíveis	1	2	3	4	5	6	7
Programas disponíveis	1	2	3	4	5	6	7
Relação qualidade-preço na estância	1	2	3	4	5	6	7
Conhecimentos e competências dos recursos humanos	1	2	3	4	5	6	7
Simpatia dos recursos humanos	1	2	3	4	5	6	7
Disponibilidade e assistência prestada pelos recursos humanos	1	2	3	4	5	6	7
Personalização do serviço	1	2	3	4	5	6	7
Satisfação geral com a estância termal da Curia	1	2	3	4	5	6	7

III. Avaliação da satisfação relativamente ao território da Curia

11. Em que medida é que está satisfeito(a) com os seguintes aspetos do território da Curia? (Por favor, assinala em cada linha, com um círculo, a opção que corresponde ao seu grau de satisfação.)

	Nada satisfeito						Muito satisfeito
	1	2	3	4	5	6	7
Clima	1	2	3	4	5	6	7
Paisagem	1	2	3	4	5	6	7
Património natural	1	2	3	4	5	6	7
Património cultural construído	1	2	3	4	5	6	7
Gastronomia	1	2	3	4	5	6	7
Atividades recreativas e culturais	1	2	3	4	5	6	7
Atividades desportivas	1	2	3	4	5	6	7
Serviço de transportes local	1	2	3	4	5	6	7
Acessibilidade	1	2	3	4	5	6	7
Tipo de alojamento disponível	1	2	3	4	5	6	7
Qualidade do alojamento	1	2	3	4	5	6	7
Serviço prestado no alojamento	1	2	3	4	5	6	7
Qualidade dos equipamentos de apoio (ex. bancos, farmácias, lojas)	1	2	3	4	5	6	7
Relação qualidade-preço no território	1	2	3	4	5	6	7
Segurança do território	1	2	3	4	5	6	7
Satisfação geral com o território da Curia	1	2	3	4	5	6	7

3



universidade de aveiro
theoria poiesis praxis

IV. Fidelização à estância termal da Curia e território da Curia

12. No futuro, qual a probabilidade de realizar as seguintes ações?

	Muito improvável						Muito provável
	1	2	3	4	5	6	7
Recomendar a Curia a outras pessoas (ex. familiares, amigos)	1	2	3	4	5	6	7
Recomendar a estância termal da Curia a outras pessoas (ex. familiares, amigos)	1	2	3	4	5	6	7
Regressar à Curia e utilizar novamente os serviços fornecidos neste destino	1	2	3	4	5	6	7
Regressar à Curia e utilizar novamente os serviços fornecidos pela estância termal da Curia	1	2	3	4	5	6	7

V. Características sociodemográficas

Por favor, assinale com um X a opção que corresponde à sua resposta.

13. Género Masculino ☐ | Feminino ☐

14. Residência

Portugal ☐ Concelho? _____ | Outro país ☐ Qual? _____

15. Idade: _____ anos.

16. Habilitações literárias

Inferiores ao 1º ano de escolaridade ☐ | Entre o 1º e 4º ano de escolaridade ☐ |

Entre o 5º e o 9º ano de escolaridade ☐ | Entre o 10º e o 12º ano de escolaridade ☐ |

Licenciatura ☐ | Mestrado ☐ | Doutoramento ☐ | Outra ☐ Qual? _____

17. Qual a sua situação perante o trabalho?

Estudante ☐

Empregado(a) ☐

Desempregado(a) ☐

Reformado(a) ☐

Outra. ☐ Qual? _____

Sugestões de melhoria para a Estância Termal da Curia:

Muito obrigado pela sua colaboração!

Tabela 59 - População residente, por sexo e grupo etário, em Anadia (2013-2016)

População residente (N.º) por Sexo e Grupo etário (2013-2016) em Anadia							
Anos				2013	2014	2015	2016
Sexo	HM	Grupo etário	Total	28 345	28 135	27 993	27 805
			0 - 14 anos	3 395	3 310	3 185	3 049
			15 - 24 anos	2 788	2 760	2 806	2 791
			25 - 64 anos	15 228	15 011	14 859	14 689
			65 - 74 anos	3 333	3 344	3 376	3 455
			75 e mais anos	3 601	3 710	3 767	3 821
	H		Total	13 510	13 400	13 320	13 232
			0 - 14 anos	1 768	1 740	1 674	1 602
			15 - 24 anos	1 423	1 405	1 428	1 433
			25 - 64 anos	7 384	7 271	7 190	7 117
			65 - 74 anos	1 542	1 547	1 539	1 572
			75 e mais anos	1 393	1 437	1 489	1 508
	M		Total	14 835	14 735	14 673	14 573
			0 - 14 anos	1 627	1 570	1 511	1 447
			15 - 24 anos	1 365	1 355	1 378	1 358
			25 - 64 anos	7 844	7 740	7 669	7 572
			65 - 74 anos	1 791	1 797	1 837	1 883
			75 e mais anos	2 208	2 273	2 278	2 313

Fonte: INE (2018)

Tabela 60 - População empregada, remuneração base e volume médio de negócios nos setores de atividade económica (Portugal e Região Centro) nos anos de 2013-2016

Setor	Anos	População empregada (milhares)		Remuneração base média mensal dos trabalhadores por conta de outrem (€)		Volume médio de negócios das empresas (€)
		Portugal	Centro	Portugal	Centro	Portugal
Primário	2013	453,1	178,9	683,90 €	657,40 €	453 104,40 €
	2014	389,1	149,2			456 017,55 €
	2015	342,5	135,9			478 947,20 €
	2016	318,4	121,9			464 097,40 €
Secundário	2013	1 049,7	260,2	832,10 €	786,70 €	4 317 463,63 €
	2014	1 073,5	281,6			4 256 107,50 €
	2015	1 107,6	292,6			3 777 241,87 €
	2016	1 128,3	297,0			2 009 784,40 €
Terciário	2013	2 926,6	620,0	947,20 €	772,50 €	478 493,43 €
	2014	3 036,9	615,0			485 644,73 €
	2015	3 098,6	625,8			465 641,86 €
	2016	3 158,6	632,0			456 814,11 €

Fonte: INE (2018)

Tabela 61 - Estabelecimentos em Portugal, na Região Centro, Região de Aveiro e Anadia em 2011 e 2016

Indicador		Portugal		Região Centro		Região de Aveiro		Anadia	
		2011	2016	2011	2016	2011	2016	2011	2016
Total		1167560	1250067	253131	266037	40489	42982	3167	3740
1	Indústrias extrativas	1502	1274	546	467	41	39	1	2
2	Indústrias transformadoras	75013	71083	18252	17543	3666	3814	346	391
3	Eletricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio	1055	4301	222	1616	33	321	2	30
4	Captação, tratamento e distribuição de águas; saneamento, gestão de resíduos e despoluição	1796	1805	467	433	68	64	7	4
5	Construção	99279	79762	28483	22732	4320	3321	402	320
6	Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	269836	246043	63312	57307	10295	9488	789	689
7	Transportes e armazenagem	26001	23890	5970	5194	613	547	55	35
8	Alojamento, restauração e similares	94123	106217	19891	20134	2827	2786	205	207
9	Atividades de informação e comunicação	15575	17613	2314	2730	415	499	20	24
10	Atividades imobiliárias	29687	36417	4738	5335	800	821	61	60
11	Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	118696	121967	22447	22740	3678	3876	296	304
12	Atividades administrativas e dos serviços de apoio	142035	165897	25577	29201	4926	5788	350	417
13	Educação	62259	55285	14103	12224	2179	2026	128	113
14	Atividades de saúde humana e apoio social	85232	92976	16231	18510	2321	2663	160	218
15	Atividades artísticas, de espetáculos, desportivas e recreativas	29980	33266	5033	5557	874	984	62	73
16	Outras atividades de serviços	58013	58330	11525	12002	1760	1924	137	136

Fonte: INE (2018)

Tabela 62 - Empresas em Portugal, na Região Centro, Região de Aveiro e Anadia em 2011 e 2016

Indicador		Portugal		Região Centro		Região de Aveiro		Anadia	
		2011	2016	2011	2016	2011	2016	2011	2016
Total		1113559	1196102	241573	254927	38776	41400	3080	3672
1	Indústrias extrativas	1261	1045	467	380	39	35	1	2
2	Indústrias transformadoras	70625	66953	17261	16598	3521	3667	335	382
3	Eletricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio	801	3977	159	1543	24	317	2	30
4	Captação, tratamento e distribuição de águas; saneamento, gestão de resíduos e despoluição	1172	1229	316	291	53	44	7	4
5	Construção	97980	78866	28213	22534	4297	3306	399	320
6	Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	243873	220359	57589	51758	9459	8709	755	664
7	Transportes e armazenagem	23750	21799	5477	4794	533	485	50	34
8	Alojamento, restauração e similares	85802	97562	18312	18764	2565	2593	187	197
9	Atividades de informação e comunicação	14462	16453	2111	2537	385	471	20	24
10	Atividades imobiliárias	28983	35787	4617	5234	774	811	61	60
11	Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	117038	120198	22113	22390	3632	3825	293	301
12	Atividades administrativas e dos serviços de apoio	140038	163936	25225	28861	4873	5725	349	415
13	Educação	61683	54647	13980	12067	2157	2001	128	112
14	Atividades de saúde humana e apoio social	83323	90728	15744	17959	2214	2542	152	208
15	Atividades artísticas, de espetáculos, desportivas e recreativas	29626	32815	4965	5484	868	975	62	73
16	Outras atividades de serviços	56583	56904	11221	11703	1728	1888	135	133

Fonte: INE (2018)

Tabela 63 - Equipamentos e serviços de saúde

Equipamentos e serviços complementares - Saúde		Local	Freguesia
Saúde públicos	UCSP Anadia I - Pólo Aguium	Aguium	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
	UCSP Anadia II - Pólo Am. da Gândara	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. Bairro e
	Centro de Saúde Anadia	Anadia	UF Arcos e Mogofores
	Extensão do CS	Ancas	UF Am. Gândara, P. Bairro e
	UCSP Anadia II - Pólo Av. de Caminho	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
	UCSP Anadia II - Pólo Av. de Cima	Av. de Cima	JF Av. de Cima
	UCSP Anadia I - Pólo Mogofores	Mogofores	UF Arcos e Mogofores
	UCSP Anadia II - Pólo Sangalhos	Sangalhos	JF Sangalhos
	UCSP Anadia I - Pólo S. L. do Bairro	S. L. do Bairro	S. L. do Bairro
	Extensão do CS	Tamengos	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
	UCSP Anadia I - Pólo V. do Bairro	V. do Bairro	JF V. do Bairro
Extensão do CS	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros	
Saúde privados	Hospital José Luciano de Castro da Misericórdia de Anadia	Anadia	UF Arcos e Mogofores
	Hospital Privado da Misericórdia de Sangalhos	Sangalhos	JF Sangalhos
	Clínica Belorizonte (Centro Médico Integrado e Residências Geriátricas)	Anadia	UF Arcos e Mogofores
	Fisioclínica Marialva	Anadia	UF Arcos e Mogofores
	Clínica de Reabilitação da Bairrada (Clínica de Fisioterapia Reis)	Sangalhos	JF Sangalhos
	Clínica de Fisioterapia Peróneo	V. do Bairro	JF V. do Bairro
	Clínica do Certoma	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Farmácias	Farmácia Alda Baptista	Anadia	UF Arcos e Mogofores
	Farmácia Termal Da Curia	Anadia	UF Arcos e Mogofores
	Farmácia Central de Anadia	Anadia	UF Arcos e Mogofores
	Farmácia São José	Sangalhos	JF Sangalhos
	Farmácia Júlio Maia	Anadia	UF Arcos e Mogofores
	Farmácia Andrade	Mogofores	UF Arcos e Mogofores
	Farmácia Duarte	Av. de Cima	JF Av. de Cima
	Farmácia Gina	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. Bairro e
	Farmácia Maia	Aguium	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
	Farmácia Margarida	V. do Bairro	JF V. do Bairro
	Farmácia Mendes de Vasconcelos	V. do Bairro	JF V. do Bairro
	Farmácia Oscar Alvim	Arcos	UF Arcos e Mogofores
	Farmácia Rangel	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
	Farmácia Triunfo	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. Bairro e
Parafarmácias	Parafarmácia, Emporiutopia Farmacia Unipessoal Lda	Arcos	UF Arcos e Mogofores
	Parafarmácia, Pharmical - Farmaceutica Lda.	V. do Bairro	JF V. do Bairro
Laboratórios de análises clínicas	Laboratório de Análises Clínicas Dr. Mário Alvim Castro	Anadia	UF Arcos e Mogofores
	Laboratório de Análises Clínicas Dr. Mário Alvim Castro	V. do Bairro	JF V. do Bairro
	Lab. Análises Clín. José Manuel Chau, S.A.	Sangalhos	JF Sangalhos

Fonte: Município de Anadia (2014)

Tabela 64 - Equipamentos e serviços de segurança e proteção civil

Equipamentos e serviços complementares Segurança e proteção civil	Local	Freguesia
GNR de Anadia	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Posto da GNR - Sangalhos	Sangalhos	JF Sangalhos
Bombeiros Voluntários de Anadia	Anadia	UF Arcos e Mogofores

Fonte: Município de Anadia (2014)

Tabela 65 - Património natural existente no município de Anadia

	Património Natural	Local	Freguesia
Paisagem	Paisagem/ Mancha Vitícola	S. L. do Bairro, P. Bairro e Ancas	JF S. L. do Bairro; UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Zona Serrana do Moínho do Pisco	Av. de Cima	JF Av. de Cima
Rios	Rio Cértima	Tamengos; Arcos; Av. de Caminho	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro; UF Arcos e Mogofores; JF Av. de Caminho
	Rio Levira	Am. da Gândara; S. L. do Bairro; Levira	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas; JF S. L. do Bairro; JF V. do Bairro
	Rio da Serra da Cabria	Av. de Caminho; Av. de Cima	JF Av. de Caminho; JF Av. de Cima
	Rio da Serra	Moita; Arcos; V. N. de Monsarros	JF Moita; UF Arcos e Mogofores; JF V. N. Monsarros;
	Rio Amieiras	Moita, Ferreiros	JF Moita
	Rio Quintela	Quintela das Lapas	JF Moita
Barragens	Barragem da Gralheira	Moita	JF Moita
	Barragem do Saidinho	Saidinho	JF Moita
	Barragem do Porcão	V. N. de Monsarros	JF V. N. de Monsarros
Lagoas	Lagoa de Chipar de Cima	Chipar de Cima	JF V. do Bairro
	Lagoa de Torres	Torres	JF V. do Bairro
	Lagoa do Paul de Ancas	Ancas	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Lagoa do Olho de Aguim	Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
Parques de Merendas e Infantis	Parque das Merendas e Infantil do Choupal de Avelãs de Caminho (Parque Claudino Pinto)	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
	Parque de Merendas do Porto Antão	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
	Parque de Merendas e Infantil de Moleiro	Av. de Cima	JF Av. de Cima
	Parque de Merendas da Nossa Senhora das Neves	Av. de Cima	JF Av. de Cima
	Parque de Merendas do Pereiro	Pereiro	JF Av. de Cima
	Parque S. Pedro	Av. de Cima	JF Av. de Cima
	Parque do Brejo	Av. de Cima	JF Av. de Cima
	Parque Infantil da Moita	Moita	JF Moita
	Parque de Merendas da Gralheira	Moita	JF Moita
	Parque de Merendas do Saidinho	Saidinho	JF Moita
	Parque das Merendas de Vale da Mó	Vale da Mó	JF Moita
	Parque Infantil de Sangalhos	Sangalhos	JF Sangalhos
	Parque de Merendas e Infantil Lagoa de Torres	Torres	JF V. do Bairro
	Parque de Merendas da Lagoa Chipar de Cima	Chipar de Cima	JF V. do Bairro
	Parque da Praia Fluvial da Azenha	Azenha	JF V. do Bairro
	Parque de Merendas de Levira	Levira	JF V. do Bairro
	Parque de Merendas e Infantil de Mogofores	Mogofores	JF V. do Bairro
	Parque de Merendas de Banhos	Banhos	JF V. do Bairro
	Parque de Merendas da Lagoa de Ancas	Ancas	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Parque de Merendas e Infantil Amoreira da Gândara	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Parque Infantil de Ancas	Ancas	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Parque de Merendas da Freguesia de Paredes do Bairro	Paredes do Bairro	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Parque de Merendas do Monte Crasto	Arcos	UF Arcos e Mogofores
	Parque de Merendas do Choupal de Anadia	Arcos	UF Arcos e Mogofores
	Eco-parque de Anadia, Parque de Merendas e Infantil	Anadia	UF Arcos e Mogofores
	Parque Urbano de Anadia, Parque Infantil	Anadia	UF Arcos e Mogofores
	Parque de Merendas do Olho de Aguim	Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
	Parque de Merendas e Infantil da Curia	Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
	Parque Infantil de Tamengos	Tamengos	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
Nascentes e Fontes	Nascente de Águas Mediciniais (Psoríase)	Banhos	JF V. do Bairro
	Fonte Férrea (Água com propriedades idênticas à das termas de Vale da Mó)	Av. de Cima	JF Av. de Cima

Fonte: Município de Anadia (2014)

Tabela 66 - Património cultural existente no município de Anadia (continua)

	Património cultural	Local	Freguesia
Arte pública	Monumento Manuel Alves o 'Poeta Cavador'	Moita	Moita
	Monumento José Luciano de Castro	Anadia	Arcos e Mogofores
	Monumento Visconde de Seabra	Anadia	Arcos e Mogofores
	Monumento Fausto Sampaio, o 'Pintor do Império'	Anadia	Arcos e Mogofores
	Monumento Manuel Rodrigues Lapa	Anadia	Arcos e Mogofores
	Monumento dos Mortos da Grande Guerra	Anadia	Arcos e Mogofores
Património Arquitetónico Civil	Palace Hotel da Curia	Curia	Tamengos, Aguim e Óis do Bairro
	Estação Vitivinícola da Bairrada	Anadia	Arcos e Mogofores
	Estação de Caminhos de Ferro da Curia	Curia	Tamengos, Aguim e Óis do Bairro
Património Arquitetónico Religioso	Capela de Nossa Senhora das Neves	Vila Nova de Monsarros	Vila Nova de Monsarros
	Igreja de S. Cucufate	Moita	Moita
	Ruínas do Convento das Ursulinas e Capela Nossa Senhora da Piedade	Moita	Moita
	Capela de S. Sebastião	Arcos	Arcos e Mogofores
	Capela de Nossa Senhora da Piedade ou dos Pintos	Mogofores	Arcos e Mogofores
	Capela de Nossa Senhora das Lezírias	São Lourenço do Bairro	São Lourenço do Bairro
	Capela de Nossa Senhora Auxiliadora	Mogofores	Arcos e Mogofores
	Igreja Paroquial de Sangalhos (IIP)	Sangalhos	JF Sangalhos
	Cruzeiro de Sangalhos	Sangalhos	JF Sangalhos
	Capela de Nossa Senhora das Neves e Fontanário	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima
	Igreja Paroquial de Arcos	Arcos	Arcos e Mogofores
	Igreja Paroquial de Tamengos	Tamengos	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
Património Arqueológico	São João da Azenha - Passagem de romanos	São João da Azenha	Sangalhos
	Suime - Vestígios de uma lagareta da Idade Média	Parada	Vila Nova de Monsarros
	Galegos - Fragmentos de cerâmica da Idade Média	Horta	Tamengos, Aguim e Óis do Bairro
	Ribaforos - Fragmentos da Idade Média	Ribaforos	Tamengos, Aguim e Óis do Bairro
	Poço - Marco Romano	Poço	Vila Nova de Monsarros
	Grada - Marco proveniente da Idade Média	Grada	Vila Nova de Monsarros
	Monte Crasto - Vestígios de ocupação humana na Idade do Ferro/ Romana	Arcos	Arcos e Mogofores
	Nossa Senhora dos Banhos - Vestígios de banheiras termais do período romano	Banhos	Vilarinho do Bairro
	Moita - Vestígios de um pequeno tesouro romano	Moita	Moita
	Caminhos das Sortes - Vestígios de presença romana	Sangalhos	Sangalhos
	Sangalhos - Vestígios de uma mancha de ocupação romana	Sangalhos	Sangalhos
	Ferrarias - Vestígios de uma mancha de ocupação romana	Avelãs de Caminho	Avelãs de Caminho
	Óis do Bairro - Vestígios de presença romana	Óis Do Bairro	Tamengos, Aguim e Óis do Bairro
	Ferreiros/ Banda de Além - Vestígios de ocupação romana	Ferreiros	Moita
	Aguim - Vestígios de ocupação romana	Aguim	Tamengos, Aguim e Óis do Bairro
	Agostinhas - Vestígios de superfície romanos	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima
	Quinta do Canavai - Vestígios da passagem dos romanos	Mogofores	Arcos e Mogofores
	Brejo - Vestígios da época Pré-Histórica	Ancas	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas
	Costa da Eira - Vestígios de habitat romano	Óis Do Bairro	Tamengos, Aguim e Óis do Bairro
	Porto da Pipa - Vestígios de habitat do período romano	Vilarinho do Bairro	Vilarinho do Bairro
	Varandas - Vestígios de presença humana no período romano	Vila Nova de Monsarros	Vila Nova de Monsarros
	Perto da subestação do Paraimo - Vestígios do Neolítico		Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas

Fonte: Município de Anadia (2014)

Tabela 66 - Património cultural existente no município de Anadia (continuação)

	Património cultural	Local	Freguesia
Imóveis de interesse público	Paço de Óis	Óis do Bairro	Tamengos, Aguim e Óis do Bairro
	Pelourinho de S. Lourenço do Bairro	São Lourenço do Bairro	São Lourenço do Bairro
	Casa da Quinta do Tanque ou dos Cerveiras	Aguim	Tamengos, Aguim e Óis do Bairro
	Capela de Nossa Senhora das Lezírias	São Lourenço do Bairro	São Lourenço do Bairro
	Capela de Nossa Senhora das Neves e Fontanário	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima
	Palácio da Graciosa (Quinta da Graciosa)	Anadia	Arcos e Mogofores
	Conjunto do Palace Hotel da Curia, Challet Navega, Capela Sr.ª do Livramento, Piscina Paraíso, Garagem e Jardins	Curia	Tamengos, Aguim e Óis do Bairro
	Capela de Nossa Senhora da Piedade	Mogofores	Arcos e Mogofores
Imóveis de interesse municipal	Casa de António Seabra	Anadia	Arcos e Mogofores
Imóveis em vias de classificação	Palácio dos Condes de Foz de Arouce	Famalicao	Arcos e Mogofores
Ranchos Folclóricos	Rancho Folclórico da Pedralva, Região Bairradina	Pedralva	JF S. L. do Bairro
	Rancho Folclórico da Casa do Povo de Vilarinho do Bairro	V. do Bairro	JF V. do Bairro
	Rancho Folclórico de Paredes do Bairro	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Rancho Folclórico de Óis do Bairro 'Olhitos da Bairrada'	Óis do Bairro	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
Atesanato	Bonecas de Trapos	Tamengos	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
	Vime	Freguesia	JF V. N. Monsarros
	Linho	Freguesia	JF V. N. Monsarros
	Olaria	Freguesia	JF V. N. Monsarros
	Cestaria	Concelho	Concelho
	Fabrico de Sapatos	Freguesia	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Bordados	Sangalhos	JF Sangalhos
	Trabalho com Barro	Sangalhos	JF Sangalhos
Tradições: Jogos tradicionais	Rendas	Freguesia	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Jogo da Malha	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Jogo da Malha	Moita	JF Moita
	Jogos de Cartas	Moita	JF Moita
	Jogo do Piãp	Moita	JF Moita
	Bilharada	Moita	JF Moita
	Espeta o Pau	Moita	JF Moita
	Corrida de Sacos	Moita	JF Moita
	Corrida de Burros	Sangalhos	JF Sangalhos
	Jogo do Saco	Sangalhos	JF Sangalhos
	Jogo da Panela de Barro (Carnaval)	Sangalhos	JF Sangalhos
	Jogo da Malha	Sangalhos	JF Sangalhos

Fonte: Município de Anadia (2014)

Tabela 66 - Património cultural existente no município de Anadia (continuação)

	Património cultural	Local	Freguesia
Tradições: Lendas, usos e costumes	Escarpeladas Típicas	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
	Lenda das Bruxas Dançantes	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Páscoa na Aldeia	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Festa do Galo	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Casamentos de outros tempos	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Formaturas	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Festa do Imaculado Coração de Maria	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Rituak do 'Desenterrar da Pedra da Sesta' e 'Enterrear da Pedra da Sesta'	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Marcha de S. João de P. do Bairro	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Tradicional 'Corrida de Burros'	Ancas	UF Am. Gândara, P. Bairro e Ancas
	Procissão do Corpo de Deus	Arcos; Mogofores	UF Arcos e Mogofores
	Marchas Populares de Anadia	Anadia	UF Arcos e Mogofores
	Queima do Judas	Anadia, Famalicão, Alf	UF Arcos e Mogofores
	Trajes Característicos: trajes femininos compostos por uma camisa, colete com atacador, blusa e saia rodada até ao meio da canela da perna	Moita	JF Moita
	Matança do Porco	Sangalhos	JF Sangalhos
	Promessas aos Santos: a Santo António e a Santo Geraldo	Sangalhos	JF Sangalhos
	Bailaricos nas Ruas	Sangalhos	JF Sangalhos
	Escapadelas (grupo de pessoas a escapelar o milho)	Sangalhos	JF Sangalhos
	Cantar as janeiras	Sangalhos	JF Sangalhos
	Brincadeiras pelo Carnaval (mascarados)	Sangalhos	JF Sangalhos
	Fogueiras Feitas aos Santos Populares às Portas das Pessoas (noites de Santo António, S. João e S. Pedro)	Sangalhos	JF Sangalhos
	Pascoela (romaria)	Sangalhos	JF Sangalhos
	Festa do Galo	Sangalhos	JF Sangalhos
	Lenda da Fogueira	Sangalhos	JF Sangalhos
	Lenda do Rio Cértima	Sangalhos	JF Sangalhos
	Queima do Judas	Sangalhos, Fogueira	JF Sangalhos
	Crisma	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	As 'Pulhas' (no Carnaval)	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Acarretar de Carros e Velharias (Carnaval)	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Tradição da 'Serração da Velha'	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Queima do Judas	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Santórios' (peditório na época dos santos, 1 de novembro)	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	A Pedra da Sesta	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Mateiro do Natal	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	As 'Janeiras' e os 'Reis'	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Matança do Porco	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	'Desfolhada' ou 'Escapadela'	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Vindimas (de forma tradicional)	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Tradicional Compasso ou 'Beijar do Senhor Ressuscitado'	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Rogações e Ladainhas	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	A Bênção dos Campos	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Missa do Galo e Noite da Consoada	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Ofertas ao Menino Jesus	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Festas das Almas	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Sermões da Quaresma	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	'Ficis Defuntos	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Cortejos de Solidariedade	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Crendices Populares ('resposos' e 'mau olho')	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
	Relógio de Sol em Pedra	Parada	JF V. N. Monsarros
	Queima do Judas	Banhos	JF V. do Bairro
	Ritual 'Pedra da Sesta': Ritual do 'Desenterrar da Pedra da Sesta' e 'Enterrear da Pedra da Sesta'	Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
	Casamento das Cachopas	Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
	Acartar os carros	Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
	Queima do Judas	Tamengos	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
	Caqueiradas	Concelho	Concelho
	Tradição de 'Jogar a Reza'	Concelho	Concelho
	S. Martinho	Concelho	Concelho

Fonte: Município de Anadia (2014)

Tabela 67 - Animação no município de Anadia

Atividades culturais e recreativas	
Bandas de música	Associação Musical Nova Aliança, AMNA (antes Mini-Banda Nova Aliança)
	Banda de Música de Anadia
Grupos de teatro	Grupo de Teatro Amador Raízes de Verde Pinho (CSCRAC)
	Grupo de Teatro do Centro Cultural e Recreativo da Poutena
	Grupo de Teatro 'O Baluarte'
	Grupo Artístico e Cultural 'Os Rouxinóis'
	Grupo de Teatro e Dança da ADABEM
Atividades desportivas terrestres	
Rotas pedestres	"Rota Flor de Lis"
	"Rota dos Moinhos"
	"Rota das avelãs"
Percursos pedestres	Percursos Pedestres em Avelãs de Cima
Caminhos	Caminho de Fátima
	Caminho de Santiago

Fonte: Município de Anadia (2014)

Tabela 68 - Feiras, mercados e outros eventos existentes no município de Anadia (continua)

Feiras, mercados e eventos		Local	Freguesia	Mês/ Periodicidade
Festas e Romarias	Festa em Honra de Nossa Senhora da Saúde	Avelãs de Caminho	Avelãs de Caminho	15 de Agosto
	Festas em Honra do Senhor dos Aflitos	Avelãs de Caminho	Avelãs de Caminho	1º ou 2º fim de semana do mês de Maio
	Festa em Honra do Padroeiro da Freguesia, Santo António	Avelãs de Caminho	Avelãs de Caminho	13 de Junho
	Nossa Senhora das Boas Novas	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	2º Domingo de Janeiro, Póvoa do Gago
	Cadeira de S. Pedro	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	18 Janeiro, Ferreirinhos
	Nossa Senhora de Fátima	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	13 de Maio, Candieira
	5º Feira de Ascensão	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	40 dias depois da Páscoa, Ferreirinhos
	Corpo de Deus	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	7 Junho, Igreja Matriz
	Santo António	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	13 Junho, Igreja Matriz
	S. Pedro	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	1º Domingo de Julho, Avelãs de Cima
	S. Barnabé	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	3º Domingo de Julho, Canelas
	Santa Eufémia	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	4º Domingo de Julho, Figueira
	Senhora das Neves	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	1º Domingo de Agosto, Neves do Pinehiro
	Nossa Senhora do Livramento	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	Penúltimo Domingo de Agosto, Cerca
	S. Bartolomeu	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	Último Domingo de Agosto, Pardieiro
	Nossa Senhora dos Remédios	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	1º Domingo de Setembro, Pereiro
	S. Simão	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	2º Domingo de Setembro, Boialvo
	S. Miguel	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	3º Domingo de Setembro, Mata
	Nossa Senhora	Avelãs de Cima	Avelãs de Cima	2º Domingo de Outubro, Igreja Matriz
	Festa de S. Pedro da Cadeira	Ferreirinhos	Moita	18 de Janeiro
	Festa de Nossa Senhora da Paz	Escoural	Moita	24 de Janeiro
	Festa de Nossa Senhora da Natividade	Vale da Mó	Moita	segunda-feira de Páscoa
	Festa da Ascensão	Ferreirinhos	Moita	quinta-feira da Ascensão
	Festa de São João	Póvoa do Pereiro	Moita	24 de Junho
	Festa de São Tiago	Moita	Moita	25 de Julho
	Festa de São Domingos	Ferreiros	Moita	1º Domingo de Agosto
	Festa a Nossa Senhora do Ó	Vale de Avim	Moita	2º Domingo de Agosto
	Festa a Nossa Senhora do Alívio	Junqueira	Moita	último Domingo de Agosto
	Festa a Nossa Senhora da Nazaré	Vale do Boi	Moita	1º Domingo de Novembro
	Festa de Nossa Senhora dos Remédios	Quintela da Lapas	Moita	2º Domingo de Novembro
	Festa de São Martinho	Amieiro	Moita	11 de Novembro
	Festa a Nossa Senhora dos Milagres	Carvalhais	Moita	último Domingo de Novembro
	Festa a Nossa Senhora da Conceição	Ferreiros	Moita	8 de Dezembro
	Festa de S. Vicente	Sangalhos	Sangalhos	22 de Janeiro
	Festa de São Pedro	Ribeiro de Sangalhos	Sangalhos	29 de junho
	Festa de São Cristóvão	Vidoeiro	Sangalhos	último Domingo de Julho
	Festa de São João	São João da Azenha	Sangalhos	24 de Junho
	Festa de São Francisco	Paraimo	Sangalhos	1º Domingo de Agosto
	Festa de Nossa Senhora da Piedade	Sá	Sangalhos	2º Domingo de Agosto
	Festa de Santa Eufémia	Sangalhos	Sangalhos	último Domingo de Agosto
	Festa de São Martinho	Amieiro	Sangalhos	11 de Novembro
	Festa de São Silvestre	Sangalhos	Sangalhos	3º fim de semana de julho
	São Lourenço	São Lourenço do Bairro	São Lourenço do Bairro	10 de Agosto
	Nossa Senhora da Nazaré	Pedralva	São Lourenço do Bairro	1º Domingo de Agosto

Fonte: Município de Anadia (2014)

Tabela 68 – Feiras, mercados e outros eventos existentes no município de Anadia (continuação)

	Feiras, mercados e eventos	Local	Freguesia	Mês/ Periodicidade
Festas e Romarias	São Simão	Êspairo	São Lourenço do Bairro	último domingo de Outubro
	São Gonçalo	Outeiro de Baixo	São Lourenço do Bairro	10 de Janeiro
	Santo António	Outeiro de Baixo	São Lourenço do Bairro	13 de Junho
	Nosso Senhor dos Milagres	Couvelha	São Lourenço do Bairro	fim de semana depois do Corpo de Deus
	Santa Maria Madalena	Levira	São Lourenço do Bairro	1º domingo de Julho
	São Sebastião	Grou	São Lourenço do Bairro	último domingo de Agosto
	Santo António	Cabana	São Lourenço do Bairro	Julho
	Santo Amaro	São Mateus	São Lourenço do Bairro	22 de Julho
	Festa da Juventude	Outeiro de Baixo	São Lourenço do Bairro	7-8 Março 2014
	Festa em Honra do Imaculado Coração de Maria	Amoreira da Gândara	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	Setembro
	São Martinho (Padroeiro)	Amoreira da Gândara	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	Novembro
	Festa do Parque de Merendas	Amoreira da Gândara	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	No dia de Nossa Senhora da Ascensão (Páscoa)
	Festa em Honra de Nossa Senhora de Monserrate	Amoreira da Gândara	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	Abril
	Festa em Honra de Nossa Senhora do Carmo	Amoreira da Gândara	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	Julho
	Marchas Populares	Amoreira da Gândara	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	Amoreira da Gândara, Junho
	São Tomé (Padroeiro)	Paredes do Bairro	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	Paredes do Bairro, Julho
	Santo António	Paredes do Bairro	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	Junho
	Santa Maria Malandrona	Paredes do Bairro	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	Março
	Senhora da Memória	Póvoa da Preta	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	Póvoa da Preta, Julho
	Nossa Senhora da Assunção (Padroeira)	Ancas	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	Ancas, 15 de Agosto
	Festas de São Martinho	Ancas	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	11 de Novembro
	Romaria de Nossa Senhora de Vagos	Ancas	Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas	última sexta de Agosto
	Nossa Senhora do Rosário e São Paio	Arcos	Arcos e Mgofores	Junho
	Padroeiro São Sebastião	Anadia	Arcos e Mgofores	Anadia, Janeiro
	Nossa Senhora das Febres	Monte Crasto	Arcos e Mgofores	Monte Crasto, 8 e 9 de Setembro
	Nossa Senhora da Paz	Alfêloas	Arcos e Mgofores	Alfêloas, segunda-feira de Páscoa
	São Mamede	Famalicão	Arcos e Mgofores	Famalicão, último Domingo de Agosto
	São Miguel Arcanjo	Vila Nova de Monsarros	Vila Nova de Monsarros	Santo Padroeiro
	Nossa Senhora das Neves	Vila Nova de Monsarros	Vila Nova de Monsarros	V. N. de Monsarros, mês de Agosto
	São Miguel	Vila Nova de Monsarros	Vila Nova de Monsarros	V. N. de Monsarros, mês de Setembro
	São Bartolomeu	Grada	Vila Nova de Monsarros	Grada, mês de Agosto
	São Martinho	Monsarros	Vila Nova de Monsarros	Monsarros, mês de Novembro
	Nossa Senhora da Guia	Algeriz	Vila Nova de Monsarros	Algeriz, segunda-feira de Páscoa
	São Simão	Parada	Vila Nova de Monsarros	Parada, 23 de Outubro
	Festa da Mocidade	Poço	Vila Nova de Monsarros	Poço, segunda-feira de Páscoa

Fonte: Município de Anadia (2014)

Tabela 68 – Feiras, mercados e outros eventos existentes no município de Anadia (continuação)

Feiras, mercados e eventos		Local	Freguesia
Feiras e Mercados	Feira	Anadia	Arcos e Mogofores
	Feira	Moita	Moita
	Feira	Vilarinho do Bairro	Vilarinho do Bairro
	Feira	Sangalhos	Sangalhos
	Feira	Sangalhos	Sangalhos
	Feira de Artesanato e Velharias	Arcos	Arcos e Mogofores
	Feira Medieval de Anadia	Arcos	Arcos e Mogofores
Eventos culturais e recreativos	Feira da Saúde	Varia ao longo dos anos	
	Olhar Anadia	Arcos (Biblioteca Municipal)	Arcos e Mogofores
	Letras de Primavera	Arcos (Biblioteca Municipal)	Arcos e Mogofores
	Feira da Vinha e do Vinho	Vale Santo	Tamengos, Aguim e Óis do Bairro
	Festa da Juventude	Vale Santo	Tamengos, Aguim e Óis do Bairro
	Encontro com o Vinho e Sabores	Sangalhos (Velódromo Nacional)	Sangalhos
	Bairrada		
	Feira Social	Sangalhos (Velódromo Nacional)	Sangalhos

Fonte: Município de Anadia (2014)

Tabela 69 - Unidades de Enoturismo existentes no município de Anadia

Unidades de Enoturismo	Atividades (Autorizadas a exercer segundo o RNAAT)	Local	Freguesia
Caves Aliança (Aliança Underground Museum)	Visitas; Provas de vinhos; Jogos vînicos; Enogastronomia (aliar a gastronomia aos vinhos)	Sangalhos	JF Sangalhos
Caves Altoviso	Visitas; Provas	Fogueira	JF Sangalhos
Caves Arcos do Rei	Visitas; Provas de vinhos; Eventos	Arcos	UF Arcos e Mogofores
Caves Solar São Domingos	Visitas	Ferreiros	JF Moita
Caves São João	Visitas; Provas de vinhos; Degustações; Cursos de Vinhos; Enogastronomia	São João da Azenha	JF Av. de Caminho
Adega Luis Pato	Visitas; Provas de vinhos; Loja de vinhos; Almoços	Amoreira da Gândara	UF Am. da Gândara, P. do Bairro e Ancas
Quinta das Bágeiras	Visitas; Provas	Fogueira	JF Sangalhos
Quinta da Mata Fidalga	"Winebar"; Loja de vinhos; Visitas; Provas e cursos de vinhos; Eventos culturais e sociais	Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
Quinta do Encontro	Visitas; Provas de vinhos; Cursos de vinhos; "Winebar"; Loja de vinhos; Eventos	São Lourenço do Bairro	JF São Lourenço do Bairro
Quinta do Ortigão	Visitas; Provas de vinhos	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Museu do Vinho da Bairrada	Visitas; Exposições;	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Espaço Bairrada (Rota da Bairrada)	Provas de vinhos; Degustações;	Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro

Fonte: Rota da Bairrada (2018); Turismo de Portugal (2018)

Tabela 70 - Equipamentos culturais existentes no município de Anadia

Equipamentos culturais	Local	Freguesia
Museu do Vinho da Bairrada	Anadia	Arcos e Mogofores
Museu/ Palácio José Luciano de Castro	Anadia	Arcos e Mogofores
Museu Etnográfico de Pedralva	Pedralva	São Lourenço do Bairro
Aliança Underground Museum	Sangalhos	Sangalhos
Cineteatro de Anadia	Anadia	Arcos e Mogofores
Museu das Duas Rodas	Sangalhos	JF Sangalhos
Biblioteca de Anadia	Anadia	Arcos e Mogofores
Centro Cultural de Anadia	Anadia	Arcos e Mogofores

Fonte: Município de Anadia (2014)

Tabela 71 - Equipamentos desportivos e recreativos existentes no município de Anadia

Equipamentos desportivos e recreativos	Local	Freguesia
Anadia Sports Center/ Académia Nacional de Ciclismo	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Estádio Municipal de Anadia (Complexo Desportivo Anadia)	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Pavilhão Municipal dos Desportos (Complexo Desportivo Anadia)	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Pavilhão Municipal de Anadia (Complexo Desportivo Anadia)	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Piscinas Municipais (Complexo Desportivo Anadia)	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Courts de Ténis (Complexo Desportivo de Anadia)	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Campo de Futebol de 11 (Complexo Desportivo de Anadia)	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Campo de Futebol de 7 (Complexo Desportivo de Anadia)	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Centro de Alto Rendimento - Velódromo Nacional	Sangalhos	JF Sangalhos
Minicampo de Basquetebol	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Eco-Parque	Arcos	UF Arcos e Mogofores
Parque Urbano de Anadia	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Campo de Basquetebol de Anadia	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Ciclovía da Curia	Curia	UF Tam., Agui e Óis do Bairro
Pista de BMX (em execução)	Sangalhos	JF Sangalhos
B-AND	Sangalhos,	JF Sangalhos; UF Arcos e Mogofores;
	Anadia, Arcos,	UF Tam., Agui e Óis do Bairro
	Curia, Tamengos	
Pista de Motocross da Poutena (Pista do Areeiro)	Poutena	JF V. do Bairro
Campo de Golfe da Curia	Curia	UF Tam., Agui e Óis do Bairro
Hipódromo da Bairrada	Arcos	UF Arcos e Mogofores
Parque do Moleiro	Av. de Cima	JF Av. de Cima
Parque das Termas da Curia	Curia	UF Tam., Agui e Óis do Bairro
Piscina 'Curia Clube'	Curia	UF Tam., Agui e Óis do Bairro
Campo de Avelãs de Caminho	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
Campo de Avelãs de Caminho	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
Campo JF Avelãs de Cima	Av. de Cima	JF Av. de Cima
Campo de Avelãs de Cima	Av. de Cima	JF Av. de Cima
Campo da Cerca	Cerca	JF Av. de Cima
Campo da Candeeira	Candeeira	JF Av. de Cima
Campo da União Desportiva Ferreirense	Ferreiros	JF Moita
Campo do Grupo Desportivo Moitense	Moita	JF Moita
Campo do Grupo Desportivo Moitense	Moita	JF Moita
Campo do Rugby Club da Bairrada	Moita	JF Moita
Pavilhão Desportivo de Sangalhos	Sangalhos	JF Sangalhos
Campo de Sá	Sá	JF Sangalhos
Campo do Centro Cultural Desportivo de Couvelha	Couvelha	JF S. L. do Bairro
Campo de Espairo	Espairo	JF S. L. do Bairro
Campo da ADRCR	Azenha	JF V. do Bairro
Campo da Azenha	Azenha	JF V. do Bairro
Pavilhão Desportivo da Azenha	Azenha	JF V. do Bairro
Campo da Associação Desportiva e Cultural de Vila Nova de Monsarros	V. N. Monsarros	JF V. N. de Monsarros
Pavilhão Desportivo Vila Nova de Monsarros	V. N. Monsarros	JF V. N. de Monsarros
Pavilhão Desportivo de Vilarinho do Bairro	V. do Bairro	JF V. do Bairro
Campo da Poutena	Poutena	JF V. do Bairro
Campo de Chipar	V. do Bairro	JF V. do Bairro
Pavilhão de Ancas	Ancas	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
Estádio Pequito Rebelo	Arcos	UF Arcos e Mogofores
Campo das Galerias de São Sebastião	Arcos	UF Arcos e Mogofores
Campo da Associação Recreativa Aguiense	Agui	UF Tam., Agui e Óis do Bairro
Campo da Associação Recreativa Desportiva de Óis do Bairro	Óis do Bairro	UF Tam., Agui e Óis do Bairro
Ginásio Belorizonte	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Ginásio Elegância (Boa Forma) e Relax	Malaposta	UF Arcos e Mogofores
Ginásio Curigym	Curia	UF Tam., Agui e Óis do Bairro
Arena Curigym	Malaposta	UF Arcos e Mogofores
Likibody	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Cross Training Box	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Escola de Bailado de Aveiro (Anadia)	Anadia	UF Arcos e Mogofores

Fonte: Município de Anadia (2014)

Tabela 72 - Gastronomia existente no município de Anadia: pratos e doces

Gastronomia		Descrição
Pratos	Leitão da Bairrada	É uma das 7 maravilhas gastronómicas e é cozinhado em forno de lenha com temperos de alho e pimenta preta, entre outros.
	Cabidela de leitão	Derivado do leitão à bairrada, é confeccionado com sangue e miúdos do leitão cortados aos bocadinhos e temperados com o molho do leitão , banha, sal, azeite, cebola, vinho tinto e água
	Feijoada de leitão	Derivado do leitão à bairrada, é uma aprazível forma de aproveitar as partes menos nobres do leitão assado, que geralmente são as cabeça, pés e pernas.
	Isclas de Fígado	Fígado de leitão, temperado com alho, sal e pimenta e vinho branco, depois de cortado em finas fatias vão a fritar.
	Chanfana à Bairrada	A Chanfana da Bairrada é uma das grandes especialidades da região. Pode ser de cabra ou carneiro e é cozinhada em forno de lenha, durante 4 a 5 horas, dentro de caçarolas de barro preto.
Doces	Arroz-doce	O Arroz Doce é muito popular em Portugal e presente na doçaria regional da Bairrada. Muito apreciado fazendo parte do menu das sobremesas de muitos restaurantes desta região.
	Barrigas de freira	Pensa-se que as "freirinhas" que refere a revista tenham sido da ordem das Ursulinas que se encontravam no Convento da mesma ordem em Vale da Mó, Anadia. A Barriga de freira deve ser confeccionada em tacho de cobre, de 20cm de diâmetro e o tacho deve ser polido no momento.
	Amores da curia	Actualmente ainda existem detentoras deste segredo que vão perpetuando a receita original das "freirinhas".

Fonte: Rota da Bairrada (2018)

Tabela 73 - Unidades de alojamento existente no município de Anadia

Unidades de Alojamento		Local	Freguesia	Nº de Quartos	Capacidade de alojamento
Hotéis	Curia Palace Hotel, Spa & Golfe	Curia	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	100	193
	Hotel Cabecinho	Anadia	UF Arcos e Mogofões	51	102
	Hotel das Termas da Curia	Curia	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	101	201
	Grande Hotel da Curia	Curia	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	84	168
	Hotel do Parque	Curia	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	21	39
	Estalagem de Sangalhos	Sangalhos	Jf Sangalhos	33	52
Apartamento Turístico	Apartamentos Turísticos 'Curia Clube'	Curia	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	96	206
Turismo em Espaço Rural	Casa de Mogofões - Turismo de Habitação	Mogofões	UF Arcos e Mogofões	6	12
	Quinta de S. Lourenço - Agro-Turismo	São Lourenço do Bairro	JF S. L. do Bairro	7	14
Alojamento Local	Pharmacy Hostel	Curia	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	7	38
	Virgílio dos Leitões	Aguiç	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	8	16
	Chalet Cruz	Curia	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	713	10
	Ana Maria Ramos do Roseiro	Fogueira	JF Sangalhos	4	8
	Casa da avó Micas	Moita	JF Moita	9	18
	Casa das Glicínias	Vila Nova de Monsarros	JF Vila Nova de Monsarros	3	6
	Casa Batista	Curia	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	12	14
	Casa Gala	Amoreira da Gandara	UF Am. Gandara, Paredes do Bairro e Ancas	3	7
	Quinta do Chainho - Farmhouse	Alpalhão	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	4	10
	Virgínia Augusta C. Alves Rocha	Curia	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	10	13
	Quinta d'avó	Potena	JF Vilarinho do Bairro	1	5
	Quinta das Orquídeas	Grada	JF Vila Nova de Monsarros	5	14
	Pensão Santa Cruz (Casa das Cruzes)	Curia	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	15	36
	Alzira Space	Pedralva	JF S. L. do Bairro	9	18
	Casa S. José	Curia	UF Tam., Aguiç e Óis do Bairro	9	18

Fonte: Município de Anadia (2015); Turismo de Portugal (2018)

Tabela 74 - Estabelecimentos de restauração e bebidas existentes no município de Anadia (continua)

Estabelecimentos de Restauração e Bebidas	Categorias	Local	Freguesia
1 Bela Rosa	Restaurante	Samel	JF V. do Bairro
2 Caminho Bar	Restaurante	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
3 Casa do Vaqueiro	Restaurante	Sangalhos	JF Sangalhos
4 Casa dos Leitões	Restaurante	Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
5 Centro Paroquial de JF Sangalhos	Restaurante	Sangalhos	JF Sangalhos
6 D. Carlos	Restaurante	Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
7 D. Ferraz	Restaurante	EN 1, Vendas da Pedreira	UF Arcos e Mogofores
8 Dina Queirós	Restaurante	EN 1, Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
9 Fausto dos Leitões	Restaurante	Pedreira de Vilarinho	JF V. do Bairro
10 Metinha dos Leitões	Restaurante	EN 1, Peneireiro	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
11 Nova Casa dos Leitões	Restaurante	EN 1, Peneireiro	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
12 O Assador	Restaurante	S. L. do Bairro	JF S. L. do Bairro
13 O Batista	Restaurante	Outeiro de Cima	JF S. L. do Bairro
14 O Chafariz	Restaurante	Póvoa do Pereiro	UF Arcos e Mogofores
15 O Chicote - Restaurante Típico	Restaurante	V. do Bairro	JF V. do Bairro
16 O Gavião	Restaurante	EN 1, Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
17 O Painei	Restaurante	EN 1, Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
18 O Pinheiro Manso	Restaurante	Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
19 O Sancho	Restaurante	EN 1, Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
20 O Valdemar	Restaurante	EN 1, Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
21 Pompeu dos Frangos	Restaurante	EN 1, Malaposta	UF Arcos e Mogofores
22 Quatro Estações	Restaurante	Anadia	UF Arcos e Mogofores
23 Retiro	Restaurante	Ancas	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
24 Torres	Restaurante	Torres	JF V. do Bairro
25 Virgílio dos Leitões	Restaurante	EN 1, Peneireiro	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Tabela 74 - Estabelecimentos de restauração e bebidas existentes no município de Anadia (continuação)

Estabelecimentos de Restauração e Bebidas	Categorias	Local	Freguesia
26 Maré Viva	Restaurante	Anadia	UF Arcos e Mogofores
27 Monte Cristo	Restaurante	Póvoa do Pereiro	JF Moita
28 A Regional	Restaurante	Malaposta	UF Arcos e Mogofores
29 Casa Queirós	Restaurante	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
30 Domus Café	Restaurante	Anadia	UF Arcos e Mogofores
31 O Mestre	Restaurante	Horta	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
32 Mabília Martins, Lda.	Restaurante	Espairo	JF S. L. do Bairro
33 Cantinho da Feira	Restaurante	Moita	JF Moita
34 O Capricórnio	Restaurante	Anadia	UF Arcos e Mogofores
35 Os Praxudos	Restaurante	EN 1, Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
36 O Lavrador	Restaurante	Anadia	UF Arcos e Mogofores
37 O Mugasa	Restaurante	Fogueira	JF Sangalhos
38 O Chefe	Restaurante	Moita	JF Moita
39 Bem Estar	Restaurante	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
40 Petisqueira Dias	Restaurante	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
41 O Ponto de Encontro	Restaurante	Anadia	UF Arcos e Mogofores
42 Porto Sentido	Restaurante	Casainho	JF Sangalhos
43 Quinabiba	Restaurante	Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
44 O Pinguim	Restaurante	Mogofores	UF Arcos e Mogofores
45 O Cavador	Restaurante	Vale do Boi	JF Moita
46 As Fontes	Restaurante	Anadia	UF Arcos e Mogofores
47 A Videira	Restaurante	Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
48 Solar da Canha	Restaurante	Canha	UF Arcos e Mogofores
49 O Sonho das Fontes	Restaurante	Anadia	UF Arcos e Mogofores
50 Pizzaria Arcádia	Restaurante	Malaposta	UF Arcos e Mogofores

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Tabela 74 - Estabelecimentos de restauração e bebidas existentes no município de Anadia (continuação)

Estabelecimentos de Restauração e Bebidas	Categorias	Local	Freguesia
51 Tyna Bar	Restaurante	Curia	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
52 A Esplanada	Restaurante	São Pedro	JF Av. de Caminho
53 Jardim dos Sabores	Restaurante	Curia	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
54 João dos Frangos	Restaurante	Aguium	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
55 O Brásão	Restaurante	Anadia	UF Arcos e Mogofores
56 XL	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Aguium	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
57 O Repuxo	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
58 Três Macieiras	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
59 D. João	Snack Bar	Curia	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
60 O Banito	Snack Bar	Espairo	JF S. L. do Bairro
61 A Adega	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Fogueira	JF Sangalhos
62 Barnabé Café	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Levira	JF V. do Bairro
63 A Chaminé	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Malaposta	UF Arcos e Mogofores
64 Bar da Esquina	Restaurante	V. N. Monsarros	JF V. N. Monsarros
65 Encanto Bar	Café, Cafeteria, Casa de Chá	V.N Monsarros	JF V. N. Monsarros
66 Sotnas Bar	Café, Cafeteria, Casa de Chá	V. do Bairro	JF V. do Bairro
67 Novo Dia	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Aguium	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
68 Aquilini	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Aguium	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
69 Central	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Alfêloas	UF Arcos e Mogofores
70 Maria Anunciação Fernandes	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Algeriz	JF V. N. Monsarros
71 Café Ferreira	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
72 Amoreirense	Snack Bar	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
73 A Catraia	Snack Bar	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
74 O Cruzeiro	Snack Bar	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
75 O Refugio	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Tabela 74 - Estabelecimentos de restauração e bebidas existentes no município de Anadia (continuação)

Estabelecimentos de Restauração e Bebidas	Categorias	Local	Freguesia
76 Royal	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
77 O Individual	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
78 O Cró	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
79 O Orfeu	Snack Bar	Anadia	UF Arcos e Mogofores
80 Por do Sol	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
81 Café Olivais	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
82 O Pierrot	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
83 Copos Bar	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
84 A Merendinha	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Ancas	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
85 Central	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Arcos	UF Arcos e Mogofores
86 Alfa 2	Café, Cafeteria, Casa de Chá	EN 1, Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
87 Estoril	Café, Cafeteria, Casa de Chá	EN 1, Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
88 Manuel de Jesus Mota	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Av. de Cima	JF Av. de Cima
89 O Bicareno	Café, Cafeteria, Casa de Chá	EN 1, Bicareno	JF Sangalhos
90 Amélia Pereira das Neves	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Boialvo	JF Av. de Cima
91 Santo António	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Boialvo	JF Av. de Cima
92 O Cabecinho	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Boialvo	JF Av. de Cima
93 Isabel Maria Alves Pereira	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Cerca	JF Av. de Cima
94 Texas	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Chipar de Cima	JF V. do Bairro
95 Tico-Tico	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Couvelha	JF S. L. do Bairro
96 Imperial	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
97 Ritmus	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
98 Cafeteria o Camelo	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
99 Vitor Manuel Leitão	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Famalicão	UF Arcos e Mogofores
100 Doce Cantinho	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Famalicão	UF Arcos e Mogofores

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Tabela 74 - Estabelecimentos de restauração e bebidas existentes no município de Anadia (continuação)

Estabelecimentos de Restauração e Bebidas	Categorias	Local	Freguesia
101 O Moleiro	Snack Bar	Fogueira	JF Sangalhos
102 O Esfera	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Ferreiros	JF Moita
103 Café Leal	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Boialvo	JF Av. de Cima
104 José Seco da Costa	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Horta	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
105 São Lázaro	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Levira	JF V. do Bairro
106 O Carioca	Café, Cafetaria, Casa de Chá	EN 1, Malaposta	UF Arcos e Mogofores
107 O ABC	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Malaposta	UF Arcos e Mogofores
108 O Kinas	Café, Cafetaria, Casa de Chá	EN 1, Malaposta	UF Arcos e Mogofores
109 Vitor Manuel Ferreira Duarte	Café, Cafetaria, Casa de Chá	EN 1, Malaposta	UF Arcos e Mogofores
110 José dos Santos Lopes	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Mata da Curia	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
111 O Emigrante	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Mata da Curia	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
112 António Hilário Brandão Soares	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Mogofores	UF Arcos e Mogofores
113 Parque das Merendas	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Mogofores	UF Arcos e Mogofores
114 Café Popular	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Moita	JF Moita
115 São Martinho	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Monsarros	JF V. N. Monsarros
116 A Rampinha	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Monsarros	JF V. N. Monsarros
117 Deltina Preciosa Conceição Fernandes	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Óis do Bairro	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
118 La Nièvre	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Óis do Bairro	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
119 S. Tomé	Café, Cafetaria, Casa de Chá	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
120 Santo António	Café, Cafetaria, Casa de Chá	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
121 Bom Retiro	Café, Cafetaria, Casa de Chá	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
122 Casa Velha	Snack Bar	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
123 Rosmaninho	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Pedralva	JF S. L. do Bairro
124 Herdeiros de Manuel Martins dos Santos	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Pedralva	JF S. L. do Bairro
125 Café Saudade	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Pereiro	JF Av. de Cima

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Tabela 74 - Estabelecimentos de restauração e bebidas existentes no município de Anadia (continuação)

Estabelecimentos de Restauração e Bebidas	Categorias	Local	Freguesia
126 Calado	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Poutena	JF V. do Bairro
127 Central	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Poutena	JF V. do Bairro
128 Herdeiros de Manuel Faustino Dias Júnior	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Poutena	JF V. do Bairro
129 Cruzamento	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Poutena	JF V. do Bairro
130 O Cruzeiro	Snack Bar	Póvoa do Pereiro	JF Moita
131 Isaura de Jseus Costa	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Saima	JF Sangalhos
132 O Chorinca	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Sangalhos	JF Sangalhos
133 Guilherme de Oliveira	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Sangalhos	JF Sangalhos
134 Império	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Sangalhos	JF Sangalhos
135 Sport	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Sangalhos	JF Sangalhos
136 Carlos Pinto Torres Alegria da Terra	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Vale de Avim	JF Moita
137 Café Central	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Vale da Mó	JF Moita
138 O Queiroz	Café, Cafeteria, Casa de Chá	EN 1, Vendas da Pedreira	UF Arcos e Mogofores
139 Maria Nazaré Sousa Pereira	Café, Cafeteria, Casa de Chá	EN 1, Vendas da Pedreira	UF Arcos e Mogofores
140 O Grilo	Snack Bar	Monsarros	JF V. N. Monsarros
141 A Praça	Café, Cafeteria, Casa de Chá	V. do Bairro	JF V. do Bairro
142 O Emigrante	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Monsarros	JF V. N. Monsarros
143 Chafariz II	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
144 Canto Doce	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
145 Salão de Chá Área Jovem	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
146 Doce Flor	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
147 Pão de Deus	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
148 O Pinheiro	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
149 Chantilly	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
150 Pastelaria Anadia	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Tabela 74 - Estabelecimentos de restauração e bebidas existentes no município de Anadia (continuação)

Estabelecimentos de Restauração e Bebidas		Categorias	Local	Freguesia
151	Riviera	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
152	Pastelaria Tropical	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
153	Croassanteria o Globo	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
154	Pastelaria Royal	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Ancas	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
155	A Flor do Cravo	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
156	O Cruzeiro	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Chipar de Cima	JF V. do Bairro
157	Confeitaria Bijou	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Curia	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
158	Estrêla	Café, Cafeteria, Casa de Chá	EN 1, Malaposta	UF Arcos e Mogofores
159	Santo António	Snack Bar	Malaposta	UF Arcos e Mogofores
160	Malapão	Café, Cafeteria, Casa de Chá	EN 1, Malaposta	UF Arcos e Mogofores
161	O Vogabante	Café, Cafeteria, Casa de Chá	EN 1, Malaposta	UF Arcos e Mogofores
162	Pastelaria Silva, lda.	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Mata da Curia	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
163	Gelataria de Maria de Fátima Lima Marques da Costa	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Sá	JF Sangalhos
164	Flor do Trovisco	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Sangalhos	JF Sangalhos
165	Pastelaria doce	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Sangalhos	JF Sangalhos
166	Nova Primavera	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
167	A Capelinha	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Ancas	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
168	Vitor Manuel Ribeiro Pena	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Arcos	UF Arcos e Mogofores
169	Maria Isabel da Silva	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Av. de Cima	JF Av. de Cima
170	Maria la Saete Moreira Dias da Cruz Rua	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Azenha	JF V. do Bairro
171	Francisco Tomás de Oliveira	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Boialvo	JF Av. de Cima
172	José Rodrigues de Almeida	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Canelas	JF Av. de Cima
173	Maria Clara Oliveira Rodrigues Moreira	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Curia	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
174	Armando Marques da Cruz	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Espairo	JF S. L. do Bairro
175	José Pereira Coelho	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Espairo	JF S. L. do Bairro

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Tabela 74 - Estabelecimentos de restauração e bebidas existentes no município de Anadia (continuação)

	Estabelecimentos de Restuação e Bebidas	Categorias	Local	Freguesia
176	António Loureiro dos Santos	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Famalicão	UF Arcos e Mogofores
177	Minimercado Barros	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Fogueira	JF Sangalhos
178	Café Sereno	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Grada	JF V. N. Monsarros
179	Tasquinha do Gala	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Madureira	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
180	Egídio das Neves Pimentel	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Mata da Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
181	Maria Madalena	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Mogofores	UF Arcos e Mogofores
182	Glória Cunha de Sousa	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Mogofores	UF Arcos e Mogofores
183	Maria Ludovina Ferreira Santos	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Mogofores	UF Arcos e Mogofores
184	O Imperador	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Moita	JF Moita
185	Armindo de Almeida Duarte	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Moita	JF Moita
186	Fernando Portual dos Santos	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Paraimo	JF Sangalhos
187	António São José	Café, Cafetaria, Casa de Chá	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
188	Ilídio Dias Pinheiro	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Sangalhos	JF Sangalhos
189	A Tasquinha do Encontro	Café, Cafetaria, Casa de Chá	S. L. do Bairro	JF S. L. do Bairro
190	Emília Pereira da Costa	Café, Cafetaria, Casa de Chá	São Pedro	JF Av. de Cima
191	Maria de Lurdes Gomes de Carvalho	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Tamengos	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
192	Silvio de Oliveira Duarte	Café, Cafetaria, Casa de Chá	Vale da Avim	JF Moita
193	António Moreira de Campos	Café, Cafetaria, Casa de Chá	V. N. de Monsarros	JF V. N. Monsarros
194	Maria Elisabete Lopes Martins	Café, Cafetaria, Casa de Chá	V. N. de Monsarros	JF V. N. Monsarros
195	António Pereira da Rocha	Café, Cafetaria, Casa de Chá	V. do Bairro	JF V. do Bairro
196	Maria Cerveira da Cruz	Café, Cafetaria, Casa de Chá	V. do Bairro	JF V. do Bairro
197	As Cruzes	Snack Bar	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
198	As Cubas	Snack Bar	Outeiro de Baixo	JF S. L. do Bairro
199	Cantinho das Tapas	Snack Bar	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
200	Chave D'Ouro	Snack Bar	Póvoa do Pereiro	JF Moita

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Tabela 74 - Estabelecimentos de restauração e bebidas existentes no município de Anadia (continuação)

Estabelecimentos de Restauração e Bebidas	Categorias	Local	Freguesia
201 Doner Kebac	Snack Bar	Anadia	UF Arcos e Mogofores
202 Luena	Snack Bar	Sangalhos	JF Sangalhos
203 Mercado Bar	Snack Bar	Anadia	UF Arcos e Mogofores
204 O Albergue	Snack Bar	Fogueira	JF Sangalhos
205 O Aquário	Snack Bar	Pedralva	JF S. L. do Bairro
206 O Bar do Costa	Snack Bar	Póvoa do Mato	JF Sangalhos
207 O Bom Ambiente	Snack Bar	São Pedro	JF Av. de Cima
208 O Globo	Snack Bar	Anadia	UF Arcos e Mogofores
209 O Moliceiro	Snack Bar	Famalicão	UF Arcos e Mogofores
210 O Pires	Snack Bar	Grada	JF V. N. Monsarros
211 O Tapas	Snack Bar	Bicarenho	JF Sangalhos
212 O Zé	Snack Bar	Horta	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
213 O Zé	Snack Bar	Malaposta	UF Arcos e Mogofores
214 Pôr do Sol	Snack Bar	Mogofores	UF Arcos e Mogofores
215 S. Miguel	Snack Bar	V. do Bairro	JF V. do Bairro
216 S. Pedro	Snack Bar	São Pedro	JF Av. de Cima
217 Sparkles	Snack Bar	P. do Bairro	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
218 Tasquinha do Campo	Snack Bar	Aguium	UF Tam., Aguium e Óis do Bairro
219 Rodoviária	Café, Cafeteria, Casa de Chá	Anadia	UF Arcos e Mogofores
220 Associação Desportiva Amoreirense	Bar/Pub	Am. da Gândara	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
221 O Clube	Bar/Pub	Anadia	UF Arcos e Mogofores
222 John's	Bar/Pub	Anadia	UF Arcos e Mogofores
223 Mesa Real	Bar/Pub	Anadia	UF Arcos e Mogofores
224 Clube D'Ancas	Bar/Pub	Ancas	UF Am. Gândara, P. do Bairro e Ancas
225 Ricardo Daniel Rodrigues, Lda.	Bar/Pub	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Tabela 74 - Estabelecimentos de restauração e bebidas existentes no município de Anadia (continuação)

Estabelecimentos de Restauração e Bebidas	Categorias	Local	Freguesia
226 Takanas Bar	Bar/Pub	Av. de Caminho	JF Av. de Caminho
227 O Académico	Bar/Pub	Av. de Cima	JF Av. de Cima
228 Karranka Bar	Bar/Pub	EN 1, Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
229 Villa Rosa	Bar/Pub	Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
230 Casa do Benfica da Bairrada	Bar/Pub	Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
231 Bar da estação	Bar/Pub	Curia	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
232 O Pranchas	Bar/Pub	Famalicão	UF Arcos e Mogofores
233 Gil António Ferreira da Costa	Bar/Pub	Ferreiros	JF Moita
234 Bar da Estação	Bar/Pub	Mogofores	UF Arcos e Mogofores
235 Café Fail	Bar/Pub	Mogofores	UF Arcos e Mogofores
236 Associação Cultural, Desportiva e Recreativa de Óis do Bairro	Bar/Pub	Óis do Bairro	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
237 Centro Cultural e Recreativo de Outeiro de Baixo	Bar/Pub	Outeiro de Baixo	JF S. L. do Bairro
238 Maria Alcinda Lopes Fernandes Marques	Bar/Pub	Vale de Avim	JF Moita
239 Os Pranchudos	Bar/Pub	EN 1, Vendas da Pedreira	UF Arcos e Mogofores
240 O Chicote	Bar/Pub	V. do Bairro	JF V. do Bairro
241 Café Central	Bar/Pub	V. do Bairro	JF V. do Bairro

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Tabela 75 - Empresas de animação turística existentes no município de Anadia

Empresas de Animação Turística	Morada	Local	Freguesia
Like Phamily Tours Unipessoal Lda	Avenida Cidade de Anadia, nº 64, 3780-624 Aguim	Aguim	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
José Carlos Carvalho Pereira	Rua N.ª S.ª Auxiliadora, 41-A	Mogofores	UF Arcos e Mogofores
Bruno Rodrigo Vaz Quinteiro	Urbanização Encosta do Sol, Lt 60, Fração H 3º Dto., 3780-222 Anadia	Anadia	UF Arcos e Mogofores

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Tabela 76 – Agências de viagem existentes no município de Anadia

Agências de Viagens	Morada	Local	Freguesia
Bairritur - Agência de Viagens e Turismo da Bairrada, Lda.	Av. Laranjeiras, Edifício São João Loja I, 3780-202 Anadia	Anadia	UF Arcos e Mogofores
Move Sports - Organizações Desportivas, S.A.	Curia Tecnoparque, 3780-544 Tamengos	Tamengos	UF Tam., Aguim e Óis do Bairro
Halcon Viagens (Balcão de Anadia)	Rua Júlio Maia 17, Anadia, 3780-233 Anadia	Anadia	UF Arcos e Mogofores
SunLive Tavel, Lda	Rua da Estalagem, 3780-101 Sangalhos	Sangalhos	JF Sangalhos
PassePartout - Viagens e Turismo, Lda (Balcão de Anadia)	Rua Manuel Ribeiro 15, 3780-235 Anadia	Anadia	UF Arcos e Mogofores

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Tabela 77 - Empresas de rent-a-car existentes no município de Anadia

Empresas Rent-a-Car	Freguesia
Iberocar - Cardoso & Sousa, lda.	JF Sangalhos
Primeport, lda.	JF V. do Bairro

Fonte: IMT Mobilidade e dos Transportes (2018)



Figura 18 – Folheto disponibilizado pela ETC para consulta de programas (continua)

Fonte: ETC (2018)



Termas da Curia

Programa Saúde +

7 e 14 noites

Inclui:

- Alojamento com meia pensão no Hotel Termas da Curia
- Consulta médica
- Hidropinía (INGESTÃO DE ÁGUA MINERAL NATURAL)
- 3 Tratamentos termais por dia (DE ACORDO COM A PRESCRIÇÃO MÉDICA)
- Acesso livre à sauna e ginásio (EXCEPTO QUANDO DESACONSELHADO PELO MÉDICO)

PREÇOS DESDE: 738€ por pessoa (OCUPAÇÃO INDIVIDUAL)



Day Spa

1 dia

Inclui:

- Almoço ou jantar no Hotel Termas da Curia
- Terma SPA:
 - 1 sessão de ginásio
 - 1 hidromassagem
 - 1 duche Vichy
 - 1 duche Escocês

PREÇO: 74€ por pessoa



Just Wellness

1,2,3 e 4 noites

Inclui:

- Alojamento com meia pensão no Hotel Termas da Curia
- Aconselhamento médico (EXCLUSIVO PARA O PROGRAMA DE 4 NOITES)
- Escolha uma destas opções diárias:
 - 1 Hidromassagem ou piscina (1 POR DIA)
 - 1 Duche Escocês ou Leque (1 POR DIA)
 - 1 Duche Massagem vichy ou Massagem geral ou pressoterapia c/drenagem (1 POR DIA)
- Ginásio ou sauna (TODOS OS DIAS)

PREÇOS DESDE: 183€ por pessoa (OCUPAÇÃO INDIVIDUAL)

Figura 18 – Folheto disponibilizado pela ETC – programas (continuação)

Fonte: ETC (2018)